



## 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경제학박사학위논문

사회적 가치와 기업에 대한  
경제학 연구  
- 사회적 기업을 중심으로 -

2019년 2월

서울대학교 대학원

경제학부 경제학 전공

홍 현 우



## 국문초록

기업의 활동으로부터 발생하는 사회적 가치는 긍정적 외부성과 유사한 측면이 있다. 하지만, 사회적 가치는 기업의 의사결정에 명시적으로 반영된다는 점에서 긍정적 외부성과는 다르다. 사회적 가치를 실현하는 기업은 다양한 형태로 존재하며, 공기업, 사회적 책임을 행하는 영리기업, 사회적 기업 등이 대표적이다. 본 논문은 사회적 가치를 실현하는 다양한 기업들이 생산하는 사회적 가치의 종류와 측정 방식, 기업들의 의사결정 행태, 사회적 가치와 사회후생의 관계, 기업의 지속가능성 여부 등을 논의한다.

제1장에서는 공기업, 기업의 사회적 책임, 사회적 기업에 대한 선행연구들을 살펴본다. 공기업은 사회후생을 극대화하는 과정에서 사회적 가치를 실현한다. 민간기업은 이익을 극대화하는 수단으로 사회적 가치를 실현하며, 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치를 동시에 추구한다. 기업의 특성이 상이하므로 각 기업에 대한 연구도 다른 방향에서 이뤄져왔다. 하지만, 각각의 연구들은 사회적 가치라는 큰 주제에서 통합적으로 논의될 필요가 있다. 사회적 가치와 사회후생 측면에서 다양한 형태의 기업들이 갖는 경제학적 의미를 정리하고 이를 바탕으로 향후 연구 방향을 제시한다.

제2장에서는 기업의 활동으로부터 발생하는 사회적 가치를 측정하는 방식을 다룬다. 특히, 사회서비스를 충분히 이용하지 못하거나 저임금고용 상태에 있는 소외계층을 대상으로 기업이 사회적 가치를 실현하는 경우의 측정 방식에 대해 논의한다. 기업이 실현하는 사회적 가치가 과소 측정되는 것을 방지하기 위하여 소외계층의 소득 수준 및 신용제약의 정도를 명시적으로 고려해야 함을 보인다.

제3장에서는 사회적 기업에 대한 경제학적 모형을 제시한다. 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치에 대한 가중 평균을 극대화한다고 가정한다. 사회적 가치는 제2장에서 다룬 방식을 이용하여 사회적 기업의 형태별로 측정한다. 사회적 기업과 영리기업이 수량경쟁을 하는 꾸르노 과점시장을 가정한 후, 시장에 존재하는 기업의 숫자가 외생적으로 주어진 경우 영리기업만 존재하는 시장과 영리기업과 사회적 기업이 공존하는 시장의 사

회후생을 비교하여 후자의 사회후생이 더 높으면 사회적 기업이 사회후생에 긍정적인 영향을 준다고 판단한다. 이를 통해 사회적 기업이 사회적 가치에 대해 적절한 가중치를 부여하고 있는 경우 사회적 기업은 사회후생 개선에 긍정적인 요소로 작용할 수 있음을 보인다. 또한, 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가 적절하지 않은 경우, 사회적 가치에 대한 금전적 지원을 통해서 사회적 기업이 최적의 가중치를 지닌 것처럼 행동할 유인을 제공할 수 있음을 보인다. 마지막으로, 선형수요함수와 이차비용함수를 가정하여 일자리 제공형 사회적 기업이 사회후생을 증진시킴과 동시에 지속가능함을 보인다.

제4장에서는 사회적 기업에 대한 지원과 사회적 기업의 성과 간의 관계를 고정효과모형을 이용하여 실증 분석한다. 사회적 기업에 대한 데이터로 인증사회적기업의 자율경영공시자료와 사회적가치연구원에서 제공하는 사회성과인센티브 자료를 이용한다. 자율경영공시에 참여한 일자리 제공형 사회적 기업의 경우 정부지원방식 중 인건비지원과 사회보험료지원만이 사회적 기업의 당기순이익과 긍정적인 관계가 있는 것으로 나타났다. 반면, 사회적 성과는 사회보험료지원에 한해서 긍정적인 관계가 있는 것으로 나타났다. 한편, 사회성과인센티브 사업에 참여한 기업을 대상으로 분석한 결과, 사회성과인센티브는 장기적으로는 사회적 기업의 지속가능성과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났으나 사회적 성과와는 긍정적인 관계가 있는 것으로 나타났다.

**주요어** : 사회적 가치, 사회후생, 사회적 기업, 공기업, 기업의 사회적 책임, 지속가능성, 사회성과지원

**학 번** : 2015-30954

# 목 차

제1장 기업과 사회적 가치 .....	1
1.1 공기업 .....	2
1.1.1 공기업과 혼합과점 .....	2
1.1.2 연구 동향 .....	5
1.2 기업의 사회적 책임 .....	16
1.2.1 기업의 사회적 책임 개관 .....	17
1.2.2 연구 동향 .....	22
1.3 사회적 기업 .....	34
1.3.1 사회적 기업과 사회적 가치 .....	34
1.3.2 연구 동향 .....	36
1.4 소결 .....	44
제2장 사회적 가치의 측정 .....	47
2.1 일자리 제공의 사회적 가치 .....	47
2.1.1 신용제약과 임금의 한계효용 .....	47
2.1.2 사회적 가치 .....	51
2.2 사회서비스 제공의 사회적 가치 .....	53
2.2.1 신용제약과 소비의 한계효용 .....	53
2.2.2 사회적 가치 .....	56
제3장 사회적 기업에 대한 경제학적 분석 .....	58
3.1 사회적 기업과 사회후생 .....	58
3.1.1 일자리 제공형 .....	59
3.1.2 사회서비스 제공형 .....	64
3.2 사회적 기업에 대한 지원 .....	68
3.2.1 사회적 성과 지원금의 의미 .....	68
3.2.2 사회적 성과 지원금의 경제적 효과 .....	69

3.3 사회적 기업의 지속가능성: 일자리 제공형 .....	72
3.3.1 모형 .....	73
3.3.2 주요결과 .....	74
3.4 소결 .....	83
 제4장 실증 분석 .....	 85
4.1 인증 사회적 기업의 자율경영공시자료 .....	85
4.1.1 데이터 .....	85
4.1.2 모형 및 분석결과 .....	88
4.2 사회성과인센티브 자료 .....	91
4.2.1 데이터 .....	91
4.2.2 모형 및 분석결과 .....	96
 참고문헌 .....	 104
부록 .....	114
Abstract .....	123

## 표 목 차

[표 1] 다양한 국제기구의 기업의 사회적 책임에 대한 정의 .....	19
[표 2] 자율경영공시를 수행한 일자리 제공형 사회적 기업의 기초 통계량 .....	87
[표 3] 사회적 기업의 성과와 정부보조금의 관계 .....	90
[표 4] SPC사업 참여년도에 따른 경제적·사회적 성과의 자료구조 .....	92
[표 5] SPC사업 참여기업의 특성 및 선정 이전년도의 경제적 성과 .....	92
[표 6] SPC사업 참여기업의 경제적 성과 및 사회적 성과의 평균 .. .....	94
[표 7] SPC사업 참여와 경제적 성과의 관계 .....	101
[표 8] SPC사업 참여와 총사회성과의 관계 .....	103



## 그 립 목 차

[그림 1] 신용제약과 최적 소비: 일자리 제공 .....	49
[그림 2] 신용제약과 최적 소비: 사회서비스 제공 .....	55
[그림 3] 일반소비자와 취약계층 소비자의 수요곡선 .....	56
[그림 4] 사회적 기업의 사회후생 개선 및 지속가능성 .....	77
[그림 5] 사회적 최적 가중치와 지속가능성 .....	80

## 제1장 기업과 사회적 가치<sup>1)</sup>

지난 수십 년 동안 NGO, 사회적 기업, 소셜 벤처, 사회복지정책 등이 생산하는 가치에 대한 관심이 증가하였고 이에 대해 많은 연구가 이뤄졌으나 사회적 (혹은 공적, 시민적) 가치가 무엇이며 어떻게 측정할 것인지에 대한 합의는 이뤄지지 않고 있다(Mulgan, 2010).<sup>2)</sup> 우리나라에서도 사회적 가치의 중요성이 부각되면서, 사회적 가치를 측정하고 활용하려는 다양한 시도가 이뤄지고 있다. 2017년에는 ‘공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법안’이 발의되었고 해당 법안은 공공기관이 사회적 가치 실현의 책무 및 역할을 다해야 한다고 규정한다. 기획재정부는 공공기관의 경영평가에 사회적 가치를 반영하는 개편 방안을 마련하고 5대 사회적 가치 지표로 일자리 창출, 균등한 기회와 사회통합, 안전 및 환경, 상생·협력 및 지역발전, 윤리경영을 제시하였다. 한국사회적기업진흥원은 사회적 가치지표 활용을 위한 매뉴얼을 제공하며, 사회적 가치지표는 각종 지원 사업 선정과정에서 개별 기업의 사회가치 수준을 파악하기 위해 만들어진 지표라고 설명하고 있다. 또한, 민간분야에서도 사회적 가치를 측정하고 이를 이용하려는 다양한 시도가 행해지고 있다.<sup>3)</sup>

사회적 가치에 대한 연구의 필요성이 증가하고 있지만, 경제학에서는 아직까지 사회적 가치에 대한 논의가 활성화되지 않은 것으로 보인다. 하지만, 사회적 가치라는 용어를 사용하지 않았을 뿐, 사회후생을 개선시

---

1) 제1장 제2절의 내용은 2018년도 한국조세재정연구원 「재정전문가 네트워크 사업」 조원기, 주병기, 홍현우(2018) ‘사회적 경제와 지속가능성에 대한 연구’의 제2장을 기초로 작성되었음을 밝혀둔다.

2) Mulgan(2010)은 사회적 가치를 측정하는 수많은 방식들을 10개의 분류로 구분하였다. 10개의 분류에는 비용-편익분석(cost-benefit analysis), 잠재선호(stated preference), 현시선호(revealed preference), 사회적 투자 수익률(social return on investment assessment, SROI), 공공가치 측정(public value assessment), 부가가치 측정(value-added assessment), 질보정생존년수(quality-adjusted life years), 삶의 만족도 측정(life satisfaction assessment), 정부회계방식(government accounting measures), 기타 방식이 속한다.

3) 사회적 가치에 대한 투자, 즉 사회적책임투자(social responsible investment)가 행해지고 있으며 SK에서는 사회적 기업이 생산한 사회적 가치를 화폐단위로 측정한 후, 그에 비례하여 지원금을 주는 사회성과인센티브 사업을 시행하고 있다.

키는 경제주체에 대한 연구는 상당 수 진행되었다. 공기업과 영리기업이 경쟁하는 혼합과점시장(mixed oligopoly)<sup>4)</sup> 및 사회적 책임을 다하는 기업(corporate social responsibility)에 대한 연구가 그러하다. 한편, 사회적 경제를 구성하는 협동조합, 사회적 기업 등에 대한 연구도 이뤄지고 있으나 그 수는 앞선 연구들에 비하여 미비한 수준이다.

본 장에서는 앞서 언급한 기업들에 대한 문헌연구를 바탕으로 기업과 사회적 가치의 관계를 경제학 관점에서 살펴보고, 이를 바탕으로 기업과 사회적 가치라는 연구 주제에 대한 방향성을 제시한다. 본 장의 구성은 다음과 같다. 제1절에서는 혼합과점시장에 대한 연구를 바탕으로 공기업에 대한 다양한 경제학적 논의를 살펴본다. 제2절에서는 기업의 사회적 책임이 등장하게 된 배경, 기업의 사회적 책임의 개념 및 근거 등에 대해 살펴보고 기업의 사회적 책임이 기업의 성과에 미치는 효과에 대한 실증 연구를 살펴본다. 제3절에서는 사회적 경제의 중심축을 담당하는 사회적 기업의 개념에 대해 살펴보고 이론 및 실증 연구를 바탕으로 사회적 기업의 경제학적 의미를 논의한다. 마지막으로 제4절에서는 사회적 가치와 기업에 대한 향후 연구 방향을 모색한다.

## 1.1 공기업

### 1.1.1 공기업과 혼합과점

불완전경쟁으로 인해 효율적인 자원 배분이 이뤄지지 못하는 경우, 정부는 공기업을 정책수단으로 활용하여 시장실패를 완화할 수 있다. 한계비용이 체감하는 자연독점산업의 경우, 공기업이 한계비용가격설정을 통해 사회후생을 극대화할 수 있음은 널리 알려진 사실이다. 즉, 공기업은 불완전경쟁시장의 과소공급 문제를 해결하는 역할을 담당한다. 반면, 공

---

4) De Fraja and Delbono(1990)는 과점시장에서 적어도 한 기업의 목적함수가 다른 기업과 다른 경우를 혼합과점시장으로 명할 수 있다고 하였다. 이에 따르면, 공기업과 영리기업이 존재하는 시장은 물론이고, 영리기업과 사회적 기업이 존재하는 시장도 혼합과점시장에 해당한다.

기업이 민간기업과 경쟁하는 과점시장도 존재한다. 과점시장에서 공기업의 역할에 대한 연구는 Merrill and Schneider(1966) 이후에 본격적으로 이뤄지기 시작하였다. Merrill and Schneider(1966)는 기존의 과점시장에 대한 연구가 민간기업만 존재하는 경우, 공기업만 존재하는 경우, 정부의 통제를 받는 민간기업만 존재하는 경우에 한하여 이뤄졌다는 점을 지적하며, 공기업과 민간기업이 공존하는 시장이 기존의 연구 대상이 된 시장보다 더 효율적일 수 있음을 입증하여 혼합과점시장(mixed oligopoly)에 대한 연구의 시발점이 되었다.

이후의 연구들은 주로 한 개의 공기업과  $n$ 개의 영리기업이 존재하는 꾸르노 수량경쟁모형을 분석하였고 공기업의 역할(선도자, 추종자 등)과 공기업이 사회후생에 미치는 영향에 대하여 논의하였다.<sup>5)</sup> 1990년대에 들어서 공기업과 민간기업의 제품이 차별화된 시장에 대한 논의가 시작되었고, 신자유주의 하에 공기업 민영화<sup>6)</sup>가 시작되면서 부분 민영화된 공기업에 대한 연구도 시작되었다.

혼합과점시장에 대한 연구는 시장에 참여한 주체들의 목적함수에 대한 논의로부터 시작된다. Merrill and Schneider(1996)는 공기업의 목적을 시장공급량의 극대화 (즉 소비자잉여의 극대화) 라고 가정하였다. 하지만, 그 이후 혼합과점시장에 대한 연구들의 대부분은 공기업의 목적을 사회후생(소비자잉여와 생산자잉여의 합)의 극대화<sup>7)</sup>라고 가정한다 (Cremer *et al.*, 1989, 1991; De Fraja and Delbono, 1989, 1990; Fjell and Pal, 1996; Anderson *et al.*, 1997; Mujumdar and Pal, 1998 등). 한편, 부분 민영화된 공기업<sup>8)</sup> 연구에서는 공기업의 목적함수를 이윤과 사

5) De Fraja and Delbono(1990)에 따르면, 주인-대리인 논의는 혼합과점에서 다뤄지지 않고 공기업이 민간기업보다 비효율적이라는 실증 분석 결과 또한 존재하지 않는다.

6) Anderson *et al.*(1997)은 정부의 역할 및 제정이 축소되고 민간기업 대비 효율성의 문제 등으로 인해 공기업이 민영화 된다고 하였다.

7) Anderson *et al.*(1997)은 공기업의 성과함수가 사회후생이라는 점으로부터 공기업은 세 가지 측면을 동시에 고려한다고 하였다. 공기업 자신의 이익, 소비자를 고려한 공정한 가격의 형성, 산업 내 다른 영리기업을 고려한 초과부담의 최소화가 세 가지 측면에 해당한다.

8) Matsumura and Kanda(2005)는 철도, 항공, 통신, 천연가스, 전기, 철강 등의 산업은 물론이고 은행업, 의료업 등에서도 공기업이 영리기업과 경쟁하는 과점시장이 존재한다고 하였다. 우리나라에서도 혼합과점시장을 찾아볼 수 있으며, 우체국과 다수의 민

회후생의 가중 평균이라고 가정한다(Matsumura, 1998; Matsumura and Kanda, 2005; Wang and Chen, 2010 등). 즉, 기존의 혼합과점시장에서 공기업이 추구하는 사회적 가치는 특정 지역이나 특정 집단에게 발생하는 것이 아닌 사회 전체를 이롭게 하는 것으로 해석할 수 있다.

2016년에 발의된 ‘공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법안’ 제3조는 사회적 가치를 사회·경제·환경·문화 등 모든 영역에서 공공의 이익과 공동체의 발전에 기여할 수 있는 가치로 폭넓게 정의한다. 하지만, 사회적 가치에 대한 하위 항목으로 인권의 보호, 안전한 근로·생활환경의 유지, 건강한 생활이 가능한 보건의복지, 노동권의 보장과 근로조건 향상, 사회적 약자에 대한 기회 제공 및 사회통합, 대기업과 중소기업 간의 상생과 협력, 양질의 일자리 창출, 지역사회 활성화와 공동체 복원, 경제활동 이익의 지역 순환, 기업의 자발적인 사회적 책임 이행, 환경의 지속가능성 보전, 민주적 의사결정과 참여의 실현, 공동체의 이익실현과 공공성 강화의 13가지를 구체적으로 제시하여 사회적 가치의 범위를 특정 지역이나 단체에게 발생하는 것으로 한정하는 듯한 태도도 보인다.

공기업은 자신의 비전과 미션에 맞는 사회적 가치를 추구하며 경영평가를 받는다는 점을 고려하면 공기업이 추구하는 목적을 단순히 사회후생으로 간주하는 것은 혼합과점시장에 대한 연구 결과의 현실 적용가능성을 약화시킬 여지가 있다.

사회후생 극대화를 공기업의 목적으로 보지 않고 각 공기업이 어떠한 사회적 가치를 추구하고 생산하는지, 그리고 그것을 어떻게 측정할 것인지 논의하고 공기업의 목적함수에 반영할 필요가 있다. 각각의 공기업이 생산하는 사회적 가치에 대한 합의를 바탕으로 기존의 혼합과점시장의 연구방식을 적용하면, 공기업에 대하여 조금 더 현실적이고 구체적인 정책적 시사점을 도출할 수 있을 것이다. 사회적 가치 측정의 중요성과 함께 혼합과점시장에 대한 문헌연구의 중요성도 위와 같은 맥락에서 인정된다.

---

간업체가 경쟁하는 택배시장이 그 예이다.

### 1.1.2 연구 동향

#### 가. 혼합과점시장 일반론

혼합과점시장에 관한 초창기 연구 중에서는 De Fraja and Delbono(1989)의 연구가 가장 주목할 만하다. De Fraja and Delbono(1989)는 영리기업과 공기업의 비용함수는 동일하며 (즉 생산의 효율성이 동일함), 영리기업은 이윤을 극대화하고 공기업은 사회후생을 극대화한다고 가정한다. 시장을 공기업이 슈타켈버그 리더로 행동하는 경우( $S$ ), 공기업과 영리기업이 꾸르노 경쟁을 하는 경우( $N$ ), 공기업이 영리기업처럼 행동하는 순수과점의 경우( $E$ ), 정부가 해당분야를 국영화하는 경우( $M$ )의 네 가지로 구분한 후, 각 경우의 균형을 구하여 사회후생을 비교하였다. 시장의 총공급량에 대해서는  $Q_M > Q_N > Q_S > Q_E$ 의 관계가 성립하지만, 사회후생은  $W_M > W_S > \max\{W_N, W_E\}$ 의 관계가 성립하였다. 즉, 시장의 경쟁수준에 따라서 혼합과점시장의 사회후생이 순수과점시장의 사회후생보다 낮아지는 경우가 존재하였다. 혼합과점시장에서 영리기업의 수가 많을수록 공기업의 생산량 및 전체 생산량이 증가하여 소비자 후생이 증가하지만, 영리기업의 생산이 감소하여 영리기업의 이윤이 감소하고, 전체 산업 측면에서 생산의 효율성이 감소 (총생산비용 분배의 비효율성 증가) 하기 때문에 나타나는 현상으로 이해할 수 있다. 공기업이 시장독점자 혹은 시장선도자가 되지 않는 이상, 공기업의 존재가 반드시 사회후생에 긍정적으로 작용하는 것이 아님을 보였다는 점에서 의의가 있다.

Fjell and Pal(1996)은 공기업과 국내 민간기업이 경쟁하는 혼합과점시장에 국외 민간기업이 참여하는 경우를 분석하였다. 사회후생을 측정할 때 국외 기업의 이윤은 포함되지 않으므로, 사회후생은 소비자 잉여, 공기업의 이윤, 국내 기업의 이윤의 총합이 된다. 즉, 공기업은 국외 기업의 이윤을 제외한 사회후생을 극대화하는 선택을 한다. 분석결과, 국내 기업이 시장에 진입하면 공기업의 생산을 줄고 사회후생은 증가한다. 하지만 국외 기업이 진입하면, 공기업의 생산은 증가하지만 사회후생은 국

내 기업의 수가 국외 기업의 수에 비하여 작은 경우에 한하여 증가한다. 국내 기업이 국외 기업에 인수되는 경우, 공기업의 생산은 증가하고 소비자잉여는 증가하지만, 모든 기업의 이윤은 감소하여 생산자잉여는 감소하고 사회후생 또한 감소한다. 혼합과점시장에 국외 기업이 진입하면 사회후생함수가 국내 기업만 존재하는 경우와 다르게 변한다는 점에 주목하여 개방정책의 효과를 논의하였다는 점에서 의의가 있다. 한편, 공기업과 국외 기업이 경쟁하는 시장에서 공기업이 선도자와 추종자의 역할을 선택할 수 있다면, 공기업은 선도자의 역할을 하는 것이 바람직하다는 것을 보인 연구도 있다(Matsumura, 2003).<sup>9)</sup>

1980년대 신자유주의 시대를 맞이하여 공기업의 민영화가 이뤄지기 시작했고 미국을 제외한 많은 나라의 경우, 공기업의 지분 일부를 민간에게 양도하는 형태의 민영화가 일어났다. Matsumura(1998)는 공기업이 부분 민영화되는 경우의 혼합과점시장을 고려하였다. 부분 민영화된 공기업은 의사결정을 함에 있어서 민간에게 양도된 지분의 영향을 받는다. 즉, 공기업은 단순히 사회후생 극대화를 목표로 하는 것이 아니라 공기업 자신의 이익도 고려하는 의사결정을 해야 한다. 따라서 부분 민영화된 공기업의 목적함수는 다음과 같이 사회후생 (또는 정부의 목적함수) 과 공기업 이윤의 가중 평균이 된다고 가정한다.

$$U_{PF} = \alpha U_G + (1 - \alpha) \pi_{PF}.^{10)}$$

(단,  $\alpha \in [0, 1]$ 이고 정부의 목적함수는  $U_G = SW + \beta CS$ ,  $\beta \geq 0$ )

공기업의 목적함수를 위와 같이 가정한 후, 공기업과 영리기업이 완전 대체재를 생산하는 꾸르노 복점시장에서 사회후생을 극대화시키는 공

9) 공기업이 국내 기업과 경쟁하는 경우, 공기업은 생산을 하지 않고 국내 기업의 생산이 부족할 경우 시장에 진입할 수 있다는 위협을 보여주는 것이 사회후생에 효율적이라는 Pal(1998)의 결과와는 대조적이다.

10) Matsumura(1998)는 정부가 생산자잉여보다는 소비자잉여를 더 비중 있게 다룰 수 있음을 가정하였다. 하지만, 이후 부분 민영화를 다룬 공기업의 연구들은 정부의 목적은 생산자잉여와 소비자잉여를 동등하게 취급하여 사회후생을 극대화하는 것이라고 가정하였다(Matsumura and Kanda, 2005; Fujiwara, 2007 등). 혼합과점시장에서 주인-대리인의 문제가 없는 것으로 가정하면, 정부의 목적은 공기업의 목적이 된다.

업의 민영화 비율에 대하여 분석하였다. 분석결과, 공기업이 영리기업을 퇴출시키고 독점시장을 형성하지 않는 이상, 공기업을 완전 국영화(full-nationalization)하는 것이 최적 정책이 아님을 보였다. 또한, 공기업과 영리기업의 비용 격차가 존재하지 않는다면, 공기업의 완전 민영화(full-privatization)도 최적 정책이 아님을 보였다. 즉, 공기업을 부분 민영화하는 것이 사회후생을 극대화하는 정책이 된다. 하지만, Matsumura(1998)도 인정했듯이 정부의 목적함수가 변하면, 최적 정책도 변할 수 있다.<sup>11)</sup> 공기업의 목적함수의 형태에 따라서 분석결과가 변하고 다른 정책적 시사점이 도출될 수 있음에 유의해야 한다.

Wang and Chen(2010)은 혼합과점시장에 국외 민간기업이 있는 경우, 공기업의 최적 민영화 비율에 대해 연구하였다. 시장의 형태를 공기업과 국내 민간기업이 경쟁하는 시장, 공기업과 국외 민간기업이 경쟁하는 시장, 그리고 공기업과 국내외 민간기업이 경쟁하는 시장의 세 가지로 분류하였다. 각 기업은 동질적인 제품을 생산하지만 공기업이 민간기업보다 비용이 더 높다는 가정 하에 시장 진입이 자유로운 장기에서도 부분 민영화가 최적 정책임을 입증하였다. 이러한 결과는 Matsumura and Kanda(2005)의 연구 결과, 즉 단기에서는 부분 민영화가 최적이지만 장기에서는 완전 국영화가 최적이라는 결과와 상반된다. 하지만, Matsumura and Kanda(2005)는 공기업과 사기업이 동일한 비용효율성을 갖는다고 가정하였으므로 직접적인 비교를 하는 것은 타당하지 않다. 다만, 공기업의 비용에 대한 가정이 혼합과점시장에 대한 연구 결과에 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있다. 또한, Wang and Chen(2010)은 단기와 장기에서의 최적 민영화 비율은 비용의 격차에 의해서 결정됨을 보이고, 공기업이 국내외 민간기업과 경쟁하는 경우 공기업의 한계비용은 균형가격보다 높게 설정되며 다른 두 가지 시장 형태와 비교하여 공기업의 생산량과 이윤, 사회후생이 모두 낮아지는 것을 보였다. 국외 민간기업의 이윤이 사회후생에 포함되지 않으므로 발생하는 결과이다.

Ghosh and Mitra(2010)는 순수복점시장과 혼합복점시장에서 수량경쟁

11) 정부의 목적이 영이윤제약 하에서 소비자잉여를 극대화하는 것이라면 완전 국영화가 최적 정책이 된다.



과 가격경쟁을 통해 얻어지는 균형을 비교·분석하였다. 분석결과, 순수복점시장에서 수량경쟁과 가격경쟁을 통해서 얻어지는 소비자잉여, 생산자잉여, 사회후생 등의 순위<sup>12)</sup>가 혼합복점시장에서는 다르게 나타날 수 있음을 보였다. 사회후생을 극대화하는 공기업의 존재, 즉 시장의 참여자 중 목적함수가 다른 참여자가 있는 경우 순수과점시장의 연구 결과는 바뀔 수 있다는 사실을 보였다는 점에서 의의가 있다.

Matsumura and Shimiozu(2010)은 혼합과점시장에 다수의 공기업이 존재할 수 있음을 가정하였다. 기존 연구들이 한 개의 공기업과 한 개 이상의 영리기업이 존재하는 복점 (내지는 과점) 시장을 분석했다는 점에서 차별성이 인정된다. 공기업이 영리기업에 비해서 비용 측면의 비효율성이 너무 크지 않고, 시장에 존재하는 기업의 수가 충분히 크다면 사회후생을 극대화시키는 최적의 공기업 개수가 존재함을 보였다. 즉, 다수의 공기업이 존재할 때, 너무 낮거나 높은 비율로 공기업을 민영화하는 것은 사회후생에 부정적으로 작용한다. Matsumura and Shimiozu(2010)의 연구는 혼합과점시장에서 공기업과는 달리 이윤과 그 외에 목적의 가중 평균을 극대화하는 기업이 존재하는 경우의 시장에도 적용될 수 있는 논의이다.<sup>13)</sup>

Haraguchgi and Matsumura(2018)는 공기업이 영리기업과 담합을 형성하는 경우에 대한 분석을 시도했다는 점에서 이색적이다. 공기업과 영리기업의 지속되는 경쟁구도 (일종의 무한 반복 게임) 를 가정하면, 공기업은 영리기업과 지속가능한 담합을 통해서 일회성 게임과 비교할 때 더 높은 사회후생을 달성할 수 있다. 다만, 시간할인율에 따라서 꾸르노 경쟁과 베르트랑 경쟁에서 달성되는 사회후생의 크기 순서는 달라질 수 있다. 담합이 이뤄지는 경우, 꾸르노 경쟁에서 담합을 이탈할 유인이 더 크고, 이탈 시 더 강한 처벌이 가능하다. 전자는 사회후생에 부정적으로 작용하지만 후자는 긍정적으로 작용하고 각 효과의 크기는 시간할인율에

12) 순수복점(과점)시장의 경쟁형태에 따른 균형에 대해서는 Singh and Vives(1984), Vives(1985), Okuguchi(1987) 등 참조.

13) 다양한 목적을 추구하는 기업의 목적함수는 다양한 목적들 간의 가중 평균으로 정의될 수 있다. 자세한 사항은 Kaneda and Matsui(2003), Ghosh and Mitra(2014) 참조.

영향을 받기 때문에 나타나는 결과로 이해할 수 있다.

#### 나. 진입장벽이 없는 경우(free entry markets)

Matsumura and Kanda(2005)는 기존의 혼합복점시장에 대한 연구는 기업의 수가 외생적으로 주어졌다는 가정 하에 이뤄진 것이므로 시장진입이 자유로운 시장, 즉 기업의 수가 내생적으로 결정되는 경우에는 다른 결과가 나올 수 있음을 입증하였다. 공기업과 영리기업은 꾸르노 경쟁을 하며, 공기업은 영리기업보다 비용이 더 크고 한계생산비용은 체증한다고 가정한다. 공기업이 시장진입 여부를 결정하고 부분 민영화의 비율을 결정한 후, 영리기업이 진입하고 생산량을 결정하는 모형을 분석하여 사회후생을 극대화하는 공기업의 부분 민영화의 최적 비율은 0, 즉 완전 국영화를 하는 것이 사회후생을 극대화하는 정책임을 보였다. 다만, 공기업이 양의 이윤을 얻고 있는 경우에 한해서 사회후생이 개선됨에 주의를 요한다고 하였다. 경영 성과 및 실적이 좋은 공기업을 민영화하는 것은 사회후생에 부정적으로 작용할 수 있음을 의미하는 것으로 현실에 적용 가능한 정책적 시사점을 제공한다.

Ino and Matsumura(2010)는 시장진입이 자유로운 혼합복점시장에서 공기업의 역할에 대해 분석하였다. 공기업이 사기업에 대해서 선도자 역할, 추종자 역할, 생산량을 동시에 결정하는 세 가지 경우를 비교하여 공기업이 추종자로서의 역할을 할 때, 소비자잉여와 사회후생이 가장 크다는 것을 보였고 공기업이 선도자로서의 역할을 하는 것이 가장 바람직하지 않다는 것을 보였다. 이는 시장의 기업 숫자가 외생적으로 주어진 경우 공기업이 선도자로서 역할을 할 때 사회후생이 극대화된다는 기존의 연구결과와 반대되는 것으로 주목할 만하다.

앞서 살펴본 것처럼, 혼합과점시장에서 단기와 장기에 따라 공기업의 역할 및 공기업이 사회후생에 미치는 영향에 대한 평가가 다르게 나타난다. 정부가 단기적 성과에 치중하는지 장기적 성과에 치중하는지 여부에 따라서 공기업에 대한 정부의 정책이 변화할 수 있음을 시사하는 것이다.

#### 다. 제품 차별화된 경우

Cremer *et al.*(1991)은 호텔링 모형(Hotelling model)을 이용하여  $n$ 개의 기업이 존재하는 혼합과점시장을 분석하였다. 호텔링 모형은 기업이 위치를 결정한 후, 가격을 결정하는 2단계 모형으로 공기업과 영리기업이 생산하는 물건은 동질적이지만, 기업의 위치가 달라짐으로써 공기업과 영리기업이 소비자 입장에서 차별화(수평적 제품 차별화) 되는 것이다. 또한, 소비자가 인식하는 제품의 가격은 기업이 제시한 가격과 소비자의 이동거리를 반영하여 결정된다. 분석결과, 공기업과 사회후생의 관계는 기업들의 총 개수에 따라 변하는 것으로 나타났다.  $n=2$ 이거나  $n \geq 6$ 이면 (한 개의) 공기업이 존재하는 것이 사회적으로 최적이고 영리기업의 이윤도 증가하였다. 또한,  $n$ 의 크기에 따라서 공기업의 최적 위치도 변화하였다. Cremer *et al.*(1991)의 연구는 수평적 제품 차별화가 가능한 혼합과점모형에서는 공기업과 사회후생에 관한 일반적인 결론을 도출하는 것이 어렵다는 점을 시사한다.

Anderson *et al.*(1997)은 각 기업이 생산하는 재화의 대체성의 정도를 반영하는 소비자의 효용함수<sup>14)</sup>를 가정한 후, 혼합과점시장에서 공기업의 민영화가 가져오는 효과를 분석하였다. 분석결과, 단기에는 공기업의 민영화가 사회후생에 부정적으로 작용하였다. 이는 공기업의 시장규율효과가 사라지기 때문에 나타나는 현상이다. 하지만, 장기에는 공기업의 민영화로 인해 시장진입장벽이 사라지고, 제품 차별화에 대한 소비자의 선호가 반영되면서 사회후생이 개선되는 것으로 나타났다. 다만, 사회후생의 개선효과는 손실을 보고 있는 공기업을 민영화하는 경우에만 적용됨에 유의해야 한다.<sup>15)</sup>

Fujiwara(2007)는 Matsumura(1998)와 Matsumura and Kanda(2005)의

---

14) 소비자의 효용함수는  $U(X_1, \dots, X_n; X_0) = \frac{1}{\rho} \ln \left( \sum_{i=1}^{n+1} X_i^\rho \right) + X_0$ 이다.  $\rho$ 는 각 재화의 대체성

의 정도를 나타내는 것으로  $\rho$ 가 클수록 대체성이 높아지고 소비자의 다양성에 대한 선호가 낮아지는 것으로 해석할 수 있다. 즉,  $\rho$ 가 1이면 모든 재화는 동질적이고 완전대체재가 된다.

15) Matsumura and Kanda(2005)가 경영 실적 및 성과가 좋은 공기업을 민영화하는 것은 사회후생에 부정적으로 작용할 수 있음을 밝힌 것과 유사한 결과이다.

연구가 동질적인 제품을 생산하는 혼합과점시장에 대한 연구임을 지적하고 제품 차별화된 혼합과점시장을 분석하였다. 분석결과, 단기에는 소비자의 다양성에 대한 선호 정도와 최적 민영화 비율이 U자형의 관계를 나타냈고 시장 경쟁이 커질수록 최적 민영화 비율 또한 높아졌다. 하지만, 장기에는 다양성에 대한 선호 정도가 커질수록 최적 민영화 비율은 단조감소하는 것으로 나타났다.

## 라. 공공정책에 대한 연구

공공정책에 대한 연구는 공기업의 민영화, 민간기업의 공영화, 조세 및 보조금의 도입 여부가 사회후생에 미치는 영향을 다룬다. 앞에서 다룬 공기업의 부분 민영화에 관련된 연구들도 공공정책에 대한 연구에 속한다고 할 수 있다.

Cremer *et al.*(1989)은  $n$ 개의 기업이 존재하는 혼합과점시장을 분석하였다. 각 기업의 비용함수는 한계비용이 일정하고 고정비용이 존재하는 규모수익체증의 특성을 지니고 공기업의 경우 근로자들에게 영리기업의 근로자보다 높은 임금 (임금 프리미엄) 을 준다고 가정하였다.<sup>16)</sup> 또한, 각 기업은 비음이윤제약(non-negative profits)<sup>17)</sup> 하에서 꾸르노 수량경쟁을 한다고 가정하였다. 분석결과, 임금 프리미엄이 크지 않다면 한 개의 공기업이 존재하는 경우가 사회적으로 최적이지만 임금 프리미엄이 충분히 크면, 모든 기업을 국영화하는 것이 사회적으로 최적임을 보였다. 즉, 시장경쟁의 정도와 공기업의 임금수준에 따라 상이한 결론이 도출되므로 정부는 기존 기업의 공영화를 시도하는 과정에서 이를 고려해야 함을 보였다. 하지만, 현실에서는 공기업의 임금수준이 영리기업보다 낮은 경우가 많다는 점에서 가정의 현실성이 문제될 수 있다.

혼합과점시장의 보조금에 대한 연구로는 White(1996)의 연구가 가장

16) 임금 프리미엄은 정액이전과 같은 개념이므로 사회후생에 직접적으로 영향을 주지 않는다. 다만, 기업의 결정에 반영되어 균형이 변화하므로 사회후생에 간접적인 영향을 준다.

17) 공기업이 음의 이윤을 얻고 있는 경우, 정부는 공기업의 손실을 보전하기 위해 세금을 징수해야 하고 그 과정에서 초과부담이 발생한다. 따라서 공기업의 비음이윤제약은 초과부담에서 발생하는 비효율성을 통제하기 위한 가정이다.

주목할 만하다. White(1996)는 선형수요함수와 이차비용함수를 이용하여 순수과점시장과 혼합과점시장에 생산 보조금을 도입하는 경우를 비교·분석하였다. 공기업과 영리기업은 비용효율성이 같고 동질적인 제품을 생산하여 꾸르노 경쟁을 한다고 가정한다. 보조금이 없는 혼합과점시장에서는 공기업이 민간기업보다 더 많이 생산하고 항상 양의 이윤을 획득한다. 하지만, 혼합과점시장에 보조금이 도입되면 공기업의 생산은 줄고 민간기업의 생산은 증가한다. 보조금의 비율이 최적 수준이면 공기업의 생산량과 민간기업의 생산량이 동일해진다. 보조금의 도입으로 각 기업의 비용이 같아지고 전체 생산량이 증가하여 사회후생이 개선된다. 이와 동일한 방식으로 순수과점시장의 경우에도 보조금이 도입되면 전체 생산량이 증가하여 사회후생이 개선된다. De Fraja and Delbono(1989)는 과점시장의 경쟁정도에 따라서 혼합과점시장과 순수과점시장의 사회후생의 순위가 변화함을 보였으나, White(1996)는 혼합과점시장에 최적 보조금을 도입하는 경우 경쟁의 정도와 무관하게 혼합과점시장에서 소비자잉여, 생산자잉여가 모두 높아지는 것을 보였다. 또한, 최적 보조금 하에서는 혼합과점시장과 순수과점시장의 사회후생이 동일해 짐을 보였다.<sup>18)</sup>

Mujumdar and Pal(1998)은 혼합복점시장에 증가세와 종량세가 부과되는 경우를 분석하였다. 공기업은 민간기업보다 비용 측면에서 비효율적이고, 공기업은 세수를 포함한 사회후생을 극대화한다고 가정한다. 증가세가 부과되면, 총공급량 및 가격은 변하지 않고 공기업의 생산량이 증가하는 과정에서 총생산비용 분배의 비효율성이 증가하여 사회후생이 감소한다. 또한, 동일세율의 증가세를 소비자에게 부과하는 경우가 공급자에게 부과하는 경우에 비하여 세수는 낮아지지만 사회후생은 증가한다. 종량세가 부과되는 경우에도 총공급량이 변하지 않으나 공기업의 생산량이 증가하여 사회후생은 감소한다. 다만, 증가세와 종량세 부과로 인한 세수가 동일하다면, 증가세를 부과하는 경우의 사회후생이 더 높음을 보였다.

---

18) 최적 보조금이 주어지면, 공기업이 존재하는 경우와 공기업이 존재하지 않는 경우(즉 민영화된 경우)의 사회후생이 동일하다는 점에서 Privatization Neutrality Theorem이라고 불린다. Matsumura and Tomaru(2013)는 보조금 재원마련 과정에서 초과부담이 존재하면 Privatization Neutrality Theorem이 성립하지 않음을 보였다.

종량세 하에서 민영화를 하면 세수는 감소하지만 종가세 하에서 민영화를 하면 세수의 감소여부는 확정할 수 없다. 또한, 사회후생의 증감여부는 모든 세제 하에서 확정할 수 없다고 하였다. Mujumdar and Pal(1998)의 연구는 혼합과점시장에 최초로 세금을 도입하여 분석하였을 뿐 아니라, 순수과점시장에 세금이 도입되는 경우와 다른 결론을 도출했다는 점에서 의의가 있다.

공기업의 민영화 여부와 조세의 관계를 다룬 연구도 있다. Bárcena-Ruiz and Garzón(2006)는 공기업의 민영화 여부와 환경세에 대해 논의하였다. 정부가 환경오염을 고려하지 않는 경우, 정부가 환경오염을 고려하지만 환경세를 부과하지 않는 경우, 정부가 환경오염을 고려하여 환경세를 부과하는 경우의 세 가지 상황을 가정한 후 공기업의 민영화 여부를 논의하였다. 첫 번째 경우에는 시장의 경쟁정도가 심하다면, 정부는 공기업의 민영화하는 결정을 한다. 환경오염이 공기업의 목적함수에 포함되지 않으므로 De Fraja and Delbono(1989)에서 보인 것처럼 정부의 입장에서는 순수과점시장의 사회후생이 혼합과점시장보다 높은 것으로 인식하기 때문이다. 두 번째 경우에는 공기업이 민영화를 하지 않지만, 환경오염을 줄이기 위해서 생산을 하지 않는 결정을 한다. 세 번째 경우에는 환경세 부과로 다른 기업의 생산량이 감소한다. 즉, 시장의 경쟁정도가 낮아져서 사회후생이 감소하기 때문에 공기업의 역할이 더욱 중요해진다. 첫 번째 경우와 세 번째 경우, 시장의 경쟁정도가 동일하더라도 공기업의 민영화 여부는 달라질 수 있다. 공기업의 민영화 여부는 정부의 다른 정책과 연계될 때 그 선택이 변할 수 있음을 의미한다.

앞선 연구들과 달리, Bárcena-Ruiz and Garzón(2003)은 공기업이 민간기업을 합병하는 문제에 대해 분석을 하였다. 공기업과 민간기업의 비용효율성이 동일하되 대체성을 지니는 제품을 생산한다고 가정한다. 공기업과 민간기업이 각각 재화를 생산하여 시장에 공급하는 경우와 공기업이 민간기업을 합병한 후 두 재화를 모두 생산하여 공급하는 경우를 비교하였다. 단, 합병하는 경우 공기업이 완전 국영화되는 것이 아니고 소유권 일부는 민간자본에 귀속되어, 부분 민영화된 공기업의 목적함수

와 유사한 형태를 띠게 된다. 분석결과, 민간자본에 소유권이 귀속되는 정도와 제품의 대체가능성 정도가 합병여부를 결정짓는 중요한 요인으로 작용하였다. 만약, 민간자본에 소유권이 귀속되는 정도가 보통의 수준이라면, 제품의 대체가능성이 충분히 낮을 때 공기업과 민간기업 모두 합병을 원하고, 제품의 대체가능성이 충분히 클 때 모든 기업이 합병을 원하지 않는다고 하였다.

#### 마. 공기업과 사기업의 내생적 비용 격차에 대한 연구

앞선 공기업 관련 연구들은 공기업의 생산비용이 사기업과 동등하거나 더 높다는 가정을 한다. 공기업과 사기업의 생산비용의 관계에 따라서 기존 연구들의 결과가 달라질 수 있기 때문에 공기업과 사기업의 비용효율성은 중요한 문제이다. De Fraja and Delbono(1990)는 공기업이 사기업보다 비효율적인 이유로 주인-대리인 이론에 따른 정부와 공기업의 정보비대칭성이 존재한다는 점, 공기업은 정권 내지 정책의 변화에 영향을 받고 다양한 이해관계자의 요구가 서로 대립된다는 점, 공기업은 주로 경쟁이 결여된 시장에 존재한다는 점을 언급했다. 다만, De Fraja and Delbono(1990)는 혼합과점시장에 존재하는 사기업도 경쟁이 결여된 시장에 존재하는 것이고, 공기업이 사기업보다 비용이 높다는 실증 분석 결과는 존재하지 않는다고 하였다. 따라서 공기업과 사기업의 비용격차가 내생적으로 결정됨을 보인 연구들은 공기업과 사기업의 비용에 대한 논의를 뒷받침해주는 역할을 한다.

Nett(1994)는 기업의 비용이 기업이 R&D에 투자하는 비용에 따라 결정된다고 가정한 후, 사기업은 공기업에 비하여 높은 고정비용과 낮은 가변비용 하에서 생산할 유인이 존재함을 보였다. 또한, R&D를 고려하면, 혼합복점시장에 비하여 순수복점시장의 사회후생이 더 높을 수 있음을 보였다. 다만, 공기업의 목적을 사회후생 극대화가 아닌 영이윤제약 하에서 생산량 극대화로 가정하였다는 점과 R&D를 통한 비용함수의 변화 정도가 외생적으로 결정되어 있다는 점에서 한계가 있다.

Nishimori and Ogawa(2002)는 R&D를 통해서 한계생산비용을 줄일

수 있고, 한계비용이 줄어드는 정도는 생산량에 비례한다고 가정하였다. 즉, 시장지배력이 높은 기업이 비용측면에서 더 효율적인 R&D를 행한다고 가정하면 독점시장의 공기업이 혼합복점시장의 공기업보다 R&D를 더 많이 행하고 더 낮은 비용으로 생산한다는 것을 보였다. 공기업이 처한 시장 환경이 다르고 각 공기업의 비용을 직접 비교했다는 점이 연구의 한계로 지적될 수 있다. 하지만, 기존 연구들이 생산 보조금만을 다뤘다는 점에서 Nishimori and Ogawa(2002) 연구는 R&D 보조금에 대한 직관을 제공한다.

Ishibashi and Matsumura(2006)는 R&D 성공확률이 포아송 분포를 따른다고 가정하고 R&D에 따른 기술특허를 통해 R&D 성공의 선후관계(patent races)를 고려하여 Nishimori and Ogawa(2002)의 연구를 보완하였다. 또한, Ishibashi and Matsumura(2006)는 공기업의 R&D 지출 비용이 사회후생관점에서 최적에 미치지 못하므로 정부의 적절한 통제가 필요함을 보였다.

한편, Gil-Moltó *et al.*(2011)은 R&D의 과급효과가 있는 경우(non-tournament R&D competition model)의 혼합과점시장을 분석하였다. R&D의 효과가 과급되면 혼합과점시장의 과소생산문제 및 총생산비용 배분의 비효율성 문제가 완화될 수 있으므로 R&D에 대한 보조금 지급이 필요함을 보였다. 최적 보조금의 크기는 R&D의 과급효과에 비례하며, 공기업이 민영화되는 경우 총 R&D 투자는 줄어들고 기업의 이익은 증가하지만 소비자잉여 및 사회후생은 감소함을 보였다.

Matsumura and Matsushima(2004)는 호텔링 모형을 이용하여 기업의 R&D 결정<sup>19)</sup>을 분석하였다. 분석결과, 균형에서 사기업은 공기업보다 더 많은 R&D를 행하고 더 낮은 비용으로 생산하였다. 공기업과 사기업의 비용격차가 주어졌다고 가정하면, 혼합복점시장이 순수복점시장보다 제품 차별화(기업의 위치) 측면에서 효율적인 것으로 나타났다. 한편, 공기업을 민영화하는 경우 사기업이 과다한 R&D 지출을 줄이므로 비용측

---

19) Matsumura and Matsushima(2004)는 R&D를 명시적으로 고려하지 않았으나 기업들은 전략적으로 생산비용을 줄이기 위한 활동을 할 유인이 존재하고 그러한 활동에는 비용이 소요된다고 가정하였다.



면의 비효율성이 개선되고 사회후생이 증가할 여지가 존재한다고 하였다.

## 1.2 기업의 사회적 책임

나이키의 파키스탄 아동 노동 착취 사건, 석유기업 셸(Shell)의 북극석유시추선 사건 등을 통해서 기업은 단순히 이윤을 추구하는 행위만을 해서는 안 되고 사회에서 요구하는 규범 내지는 의무를 지켜야 한다는 것이 확인되었다. 사회적으로 요구되는 규범을 침해하는 기업에 대해서 소비자는 불매운동을 하고 시민 단체는 기업의 행위를 규탄하는 다양한 시도를 행함으로써 기업에게 큰 손실을 가할 수 있다. 즉, 1990년대 이후 글로벌 기업들에 대한 신뢰성 위기와 시민사회의 영향력 확대 등으로 인하여 기업의 사회적 책임 이행의 필요성이 한층 더 부각되고 있다(코트라, 2018).

기업과 사회는 독립된 존재가 아니고 서로 밀접히 연관되어 있다는 점에서 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility; 이하 CSR)의 중요성이 인정된다(Wood, 1991). CSR의 중요성을 반영하듯 CSR에 대한 논의 및 연구는 오랜 기간 동안 다양한 분야에서 이루어져 왔다. 초기 연구는 CSR이 존재해야 하는지 여부(whether CSR should exist or not)에 대해서 중점적으로 다뤘으나 최근에는 CSR이 왜 존재해야 하는지(why CSR exists) 그리고 CSR이 사회에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 다루고 있다(Kitzmueller and Shimshack, 2012). 즉, CSR의 성립 근거에 대한 연구를 시작으로 CSR이 사회에 미치는 영향에 대하여 이론 및 실증적으로 분석하는 연구가 진행되고 있다. 이하에서는 CSR의 정의 및 근거에 대하여 논의한 후, CSR 관련 이론 및 실증 연구에 대해 살펴본다.

### 1.2.1 기업의 사회적 책임 개관

CSR에 대한 연구는 상당한 기간 동안 지속되었지만, CSR을 정의함에 있어서 통일된 견해는 아직 존재하지 않는 것으로 보인다. CSR의 본질을 탐구하거나 CSR의 현황을 제시하는 연구는 CSR을 포괄적으로 정의하는 경향이 있는 반면, CSR에 대한 모형을 설정하거나 실증자료를 바탕으로 CSR이 기업 혹은 사회에 미치는 영향을 분석하는 연구는 CSR을 구체적으로 정의하는 경향이 있다. 즉, CSR에 대한 정의는 CSR을 다루는 주제, 방식, 목적 등에 의해서 상이하다.

#### 가. 포괄적 정의

CSR이 무엇인가에 대해서는 다양한 견해가 존재한다.<sup>20)</sup> Friedman(1970)은 CSR을 기업가의 책임으로 보았다. 기업가는 주주들의 대리인이므로 기업의 이윤을 극대화하는 것이 자신의 책임을 다하는 것이고 기업가가 사회적 공헌 활동을 하는 것은 주주들의 이윤감소를 초래하므로 책임에 반하는 것이라고 하였다. Friedman의 견해는 대리인 이론(Agency Theory)에 근거한 것으로 CSR에 대한 부정적인 견해를 대표한다.

Carroll(1979)은 CSR을 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 측면에서 접근하였다.<sup>21)</sup> 경제적 책임은 시장에서 재화 및 서비스를 생산하고 판매하여 이익을 창출하는 것이고 법적 책임은 경제적 활동을 법과 규제의 영역 내에서만 행하는 것이다. 윤리적 책임은 법적 책임에는 속하지 않지만 사회적으로 기업이 하는 것이 옳다고 여겨지는 활동을 하는 것이고 자선적(discretionary or volitional) 책임은 기업이 자발적인 판단으로 사회적인 역할을 행하는 것이다.

Wood(1991)는 기업의 사회적 성과를 측정하기 위해서 CSR 원칙<sup>22)</sup>,

---

20) CSR에 대한 정의는 Howard R. Bowen의 저서 『Social responsibility of the businessman』 (1953)에서 처음 이뤄진 것으로 받아들여지고 있다(Carroll 1979).

21) Carroll은 네 가지 책임은 서로 배타적이지 않고 중첩되는 부분이 있다고 하였다.

22) Swanson(1995)은 Wood가 제시한 CSR 원칙은 경제적 측면에 집중되어 있음을 지적하고 경제적 측면과 도덕적 측면을 포괄하는 원칙이 필요하다고 하였다.

기업의 사회적 대응 과정(Processes of corporate social responsiveness), 기업 활동의 결과(Outcomes of corporate behavior)를 종합적으로 고려해야 한다고 하였다. CSR 원칙은 제도적(institutional), 조직적(organizational), 개인적(individual) 측면에서 접근할 수 있고 각각은 합법성, 공적 책임, 경영자 재량과 연결된다. 합법성은 모든 기업이 법적 한도 내에서 행위를 할 수 있다는 것이고 공적 책임은 합법성과 달리 개별 기업 측면에서 인정되는 것으로 기업이 자신의 활동으로 인한 결과에 책임을 져야 한다는 것이다. 기업 활동으로 인한 부정적 외부성을 줄이기 위해 노력하는 것이 공적 책임의 예이다. 마지막으로 경영자 재량은 Carroll(1979)의 자선적 측면의 CSR과 같은 의미이다.

Windsor(2006)는 CSR을 경영자가 공공정책과 사회적 문제들을 어떻게 다뤄야 하는지에 대한 개념으로 이해하고, 윤리적 측면과 경제적 측면에서 접근하였다. 윤리적 CSR은 경제적·법적 의무에 순응하는 것과 자선활동 사이에 존재하는 것으로 상황에 따라 다양한 기준이 적용될 수 있으므로 보편적인 기준은 존재하지 않는다고 하였다. 경제적 CSR은 Friedman(1970)의 부정적 견해가 대표적이었지만 2000년대에 들어서 CSR에 대한 시장 및 정치적 수요 증대(Baron, 2001) 그리고 장기적 관점의 이윤극대화(Jensen 2002) 등이 논의되면서 재조명되기 시작했다고 하였다.<sup>23)</sup>

앞에서 살펴본 것처럼 CSR은 경제적 관점과 윤리적 (혹은 의무론적) 관점을 모두 포함하는 것으로 인식되고 있지만, 두 가지 관점을 포괄하는 개념을 만드는 것은 쉽지 않다. Swanson(1995)은 두 가지 관점을 통합하는 것도 중요하지만, 의무의 이행이 비용측면에서 비효율성을 야기할 수 있음을 간과해서는 안 되므로 두 관점의 통합이 쉽지 않다고 지적하였다.

학자들의 견해가 다양한 것처럼, 국제기구들도 다양한 방식으로 CSR을 규정하고 있으며 구체적인 내용은 <표 1>과 같다.

---

23) Windsor(2006)는 2000년대에 등장한 견해들을 revived economic perspective라고 명하였다.

표 1. 다양한 국제기구의 기업의 사회적 책임에 대한 정의

국제기구	용어	정의
UNCTAD	CSR	기업이 사회의 요구와 목표에 어떻게 대응하고 영향을 미치는가에 관한 것
OECD	CR	기업과 사회와의 공생관계를 성숙시키고 발전시키기 위해 기업이 취하는 행동
EU집행위원회	CSR	사회에 미치는 영향에 대한 기업의 책임
ILO	CSR	기업이 법적 의무를 넘어 자발적으로 전개하는 이니셔티브이며 기업 활동이 모든 이해관계자에게 미치는 영향을 검토할 수 있는 방식
ISO (국제표준화기구)	SR	조직이 경제 · 사회 · 환경 문제를 사람 · 지역공동체 및 사회에 혜택을 줄 수 있도록 추진하는 활동
WBCSD (지속가능발전 세계기업협의회)	CSR	직원 · 가족 · 지역사회 및 사회전체와 협력하여 지속가능한 발전에 기여하고 이들의 삶의 질을 향상시키고자 하는 기업의 의지

주: 남영숙(2011)에서 인용함(p.14).

## 나. 문헌 연구에서 사용된 정의

많은 이론 연구들은 기업이 공공재를 공급하면서 사회적 책임을 행하므로 공공재 공급 수준을 통해서 CSR의 정도를 측정할 수 있다고 가정한다(Arora *et al.*, 1995; Baron, 2001, 2009; Bagnoli and Watts, 2003; Kotchen, 2006; Besley and Ghatak, 2007; Calveras *et al.*, 2007 등). 공공재 공급은 공공약의 저감(예를 들면, 친환경 기술도입으로 인한 환경오염의 감소)을 포함하는 개념이다. 한편, Baron(2007, 2008)은 이윤을 사회적 목적에 사용하는 것, McWilliams and Siegel(2001)은 법정수준 이상의 사회적 가치를 행하는 것, Matsumura and Ogawa(2016)는 기업이 사회후생을 고려하는 것을 CSR로 정의하였다.<sup>24)</sup>

24) McWilliams and Siegel(2001)은 구체적인 수식을 이용한 분석을 진행하지 않았고, 이는 CSR을 정의하는 방식과도 연관된다고 볼 수 있다. 또한, Matsumura and Ogawa(2016)는 사회적 책임을 행하는 기업의 목적함수를 이윤과 사회후생의 가중평균으로 정의하였는바, 이는 기존의 부분 민영화된 공기업의 목적함수와 동일하다.

실증 연구의 경우에도 CSR은 다양하게 정의된다. 기업의 사회적 성과(Corporate social performance; 이하 CSP)<sup>25)</sup>와 경제적 (혹은 재무적) 성과(Corporate financial performance; 이하 CFP)의 관계를 메타분석을 통해서 살펴본 연구로는 Orlitzky *et al.*(2003)과 Margolis *et al.*(2009)이 있다. Orlitzky *et al.*(2003)은 CSP를 환경적 성과와 그 밖의 성과로 구분하였고, Margolis *et al.*(2009)은 CSP에 접근하는 방식을 아홉 가지로 분류하였다. 아홉 가지의 방식 중 기업정책(설리반원칙 채용<sup>26)</sup>, 저소득계층 우대 등), 기업공개 정도, 환경적 성과, 인도적 행위(기부 및 자선단체 설립 등), 부정행위관련 적발(벌금, 유죄판결, 비자발적 리콜 등)의 다섯 가지 방식은 특정 관점에서 CSP를 인정한 것이고, 기업의 자체평가(self-reported), 외부자의 평가, 외부기관의 자체 기준에 따른 지표, 뮤추얼 펀드 포함 여부의 네 가지 방식은 광범위한 관점에서 CSP를 인정한 것이다.

이 밖에도 Brown and Dacin(1997)은 기업의 사회적 기부(corporate giving) 및 지역사회 참여(community involvement)를, Sen and Bhattacharya(2001)는 기업의 다양성 촉진 노력(예를 들면, 여성, 소수자, 장애인 우대정책 등)을, Brammer and Millington(2008)은 자선 기부를 CSR의 대리 변수로 이용하였다. 외부기관의 평가 기준에 따른 지표로는 Fortune Corporate Reputation Index<sup>27)</sup>를 이용한 연구(Stanwick and Stanwick, 1998)도 있지만, Kynder, Lydenburg, and Domini(KLD)<sup>28)</sup>의

25) 많은 실증연구에서 CSP를 CSR의 대리변수로 사용하고 있다. CSR과 CSP는 상이한 개념으로 CSR은 CSP를 구성하는 일부분이라는 견해(Wood, 1991)도 있다.

26) 설리반원칙(Sullivan principles)은 1977년 남아프리카 공화국에서 활동하고 있는 미국 기업들이 인종차별을 하지 못하도록 하기 위한 목적으로 만들어졌다. 그 후, 설리반원칙은 기업이 사업 활동을 함에 있어서 인권과 노동시장 참여의 기회를 보장하는 것은 물론이고 경제적, 사회적, 정치적 정의를 실현할 것을 요구하는 것으로 확대되었다.

27) Stanwick and Stanwick(1998)이 사용한 Fortune Corporate Reputation Index는 경영방식, 상품(서비스)의 질, 혁신, 장기투자가치, 재정건전성, 인재 유치·발굴의 능력, 자산의 올바른 사용, 사회 및 환경에 대한 책임이라는 8가지 요소를 반영하여 산출되었다.

28) KLD는 미국의 사회책임 경영 투자자문회사이다. 기업의 환경·사회·지배구조(ESG)이슈를 반영하는 MSCI KLD 400 Social Index는 대표적인 사회책임투자지수(socially responsible investing index)로 알려져 있다.

자료가 주로 이용되고 있다(Hillman and Keim, 2001; Siegel and Vitaliano, 2007; Chatterji *et al.*, 2009; Barnett and Salomon, 2012; Lins *et al.*, 2017 등). 한편, 국내 연구에서는 CSR 성과자료로 경제정의지수(KEJI Index: Korea Economic Justice Institute Index)<sup>29)</sup>를 사용한 연구가 상당수 존재한다(장지인과 최현섭, 2010; 허미옥과 정기한, 2010; 신민식 외, 2011; 한경희와 이계원, 2013; 변선영과 남현정, 2016 등).

#### 다. CSR에 대한 견해

McWilliams *et al.*(2006)은 CSR에 대한 다양한 이론을 정리하였다. 첫째, 대리인이론이다. CSR활동은 경영자 자신을 위한 행동으로 주주가치를 하락시킨다는 Friedman(1970)의 견해로 대표된다. 둘째, 이해관계자이론(Stakeholder Theory)이다(Freeman 1984; Donaldson and Preston 1995; Jones 1995 등). 이해관계자이론에 따르면, 기업은 사회적 책임을 행함으로서 다양한 구성원(근로자, 소비자, 공급자, 지역공동체 등)의 욕구를 충족시키고 그들의 지지를 받아 기업 활동을 지속할 수 있다. 셋째, 기업자원기반관점론(Resource-based view of the firm)이다(Wernerfelt 1984; Barney 1991; Hart 1995 등). 기업은 동질적인 자원 및 능력을 가지고 있으므로, 자신의 자원 및 능력을 가치있고 대체불가능하게 만드는 과정을 통해서 지속적인 경쟁의 우위를 가질 수 있고 사회적 책임을 다하는 것이 그러한 수단으로 기능할 수 있다는 이론이다. 기업의 이윤을 창출하기 위한 사회적 책임 활동, 즉 전략적 CSR도 같은 맥락에서 이해할 수 있다(Baron 2001; McWilliams and Siegel 2001).

Bénabou and Tirole(2010)은 CSR활동에 대하여 세 가지 견해를 제시하였다. 첫째, CSR은 단기적인 관점에서는 이윤을 악화시키지만, 장기적인 관점에서는 이윤에 긍정적으로 작용한다는 점이다. 둘째, 기업의 이해관계자들이 개인적으로 독지활동(delegated philanthropy)을 하는 것보다

29) 경제정의지수는 경제정의실천시민연합 산하의 경제연구소가 기업의 사회적 책임을 재무적 성과와 함께 객관적인 수치로 나타낸 것으로 평가항목과 방식의 일부가 수정되기도 한다. 2017년 경제정의지수에는 건전성, 공정성, 사회공헌도, 소비자보호, 환경경영, 직원만족의 측면이 반영되었다(경실련 경제정의연구소 2017).

기업을 통한 독지활동이 정보, 거래비용, 전문성, 효율성 등 다양한 측면에서 우월하기 때문에 CSR이 행해진다는 것이다. 마지막으로, 경영자나 이사회에의 선호를 반영한 기업의 독지활동(Insider-initiated corporate philanthropy)으로 행해지는 CSR은 이윤에 부정적인 영향을 준다고 하였다.

## 1.2.2 연구 동향

이하에서는 CSR에 대한 연구들의 주요 결과를 살펴본다. 단, CSR에 대한 이론 연구는 국내에서 거의 이뤄지지 않았으므로 국외 연구에 한하여 살펴본다.

### 1.2.2.1 이론 연구

CSR에 대한 이론 연구를 수요-공급 측면, 개인의 사회적 기여 측면, 산업조직론 측면의 세 가지로 분류하였다. 각각의 연구들은 서로 배타적이라기보다는 중첩되는 측면이 있음에 유의해야 한다.

#### 가. 수요-공급 측면의 접근

Arora and Gangopadhyay(1995)는 소비자가 환경을 고려한 소비를 한다고 가정하였다. 소비자는 품질이 동일한 제품이라면 친환경 기술을 사용한 기업의 제품에 더 높은 가격을 지불할 용의가 있고, 소득에 대한 한계효용은 감소하므로 소득이 높은 소비자가 친환경 제품에 더 높은 가격을 지불할 용의가 있다. 즉, 소비자의 효용은 다음과 같다.<sup>30)</sup>

$$U(y, \theta, e) = y + e - \frac{P}{\theta(y)}.$$

---

30) 분석의 단순화를 위해 제품으로부터 얻는 효용은 없고 제품생산에 사용되는 친환경 기술에서만 효용을 얻는다고 가정하였다.

(단,  $P$ 는 가격,  $y$ 는 화폐,  $e$ 는 친환경 기술의 정도,  $\frac{1}{\theta(y)}$ 는 소득의 한계효용)

친환경 기술 수준이 높아짐에 따라 기업의 한계생산비용은 증가하고 ( $c'(e) > 0$ ,  $c''(e) > 0$ ,  $c(0)=0$ ,  $\lim_{e \rightarrow 0} c'(e)=0$ ), 기업이 친환경 기술 수준을 결정한 후 가격경쟁을 하는 복점시장을 가정하면, 특정소득을 기준으로 그 이상의 소득을 가지는 소비자들은 친환경 기술 수준이 높은 기업의 제품을 사용하고, 그렇지 않은 소비자들은 친환경 기술 수준이 낮은 기업의 제품을 사용하는 분리균형이 성립한다. 균형에서 모든 소비자의 소득이 동일하게 증가하거나 최저소득계층의 소득이 증가하면, 두 기업의 친환경 기술 수준은 모두 증가한다. 또한, 정부의 친환경 기술 수준에 대한 규제가 시행되면 기술 수준이 낮은 기업은 정부 규제 수준을 따르지만 기술 수준이 높은 기업은 정부의 규제보다 높은 수준의 기술을 사용하여 생산을 한다. Arora and Gangopadhyay(1995)의 결과는 환경문제가 부각되면서 CSR이 증가하는 현상과 개도국보다는 선진국에서 CSR이 중요시되는 현상을 설명할 수 있다.

Baron(2001)은 외부단체(private policy)가 기업과의 협상 또는 기업 제품에 대한 보이콧 등을 통해서 기업의 행태를 변화시킬 수 있다고 가정하고, 외부단체가 기업의 행태에 주는 영향을 분석하였다.<sup>31)</sup> 기본적인 가정은 다음과 같다. 외부단체는 기업의 관행을 바꿀 것을 요구할 수 있고 기업은 그들의 요구를 수용하거나 거절할 수 있다. 기업이 요구를 수용하면 관행을 바꾸는 과정에서 비용이 발생하고, 거절하면 외부단체는 보이콧을 강행한다. 보이콧이 성공하면 기업제품에 대한 수요가 감소하지만 실패하는 경우 수요는 변하지 않는다. 보이콧의 성공여부는 외부단체의 노력 수준에 영향을 받는다. 이를 바탕으로 외부단체의 보이콧에 대한 최적 노력 수준을 도출하였다.<sup>32)</sup> 외부단체와 기업이 보이콧 관련하

31) 외부단체의 압력 외에도 자사 제품의 수요 증대 및 이익극대화, 이타주의 등의 이유로 기업정책이 변할 수 있고, 이익극대화를 위한 경우는 전략적 CSR로 일반적인 의미의 CSR에는 해당하지 않는다고 하였다.



여 비시장전략<sup>33)</sup>을 구사하는 경우, 제품 차별화가 이뤄진 시장의 경우, 한 개의 기업이 아닌 두 개의 기업에 대해 외부단체가 관행의 변화를 요구하는 경우, 외부단체가 이타주의 기업에게 관행의 변화를 요구하는 경우, 기업 관행에 대해 비대칭정보가 존재하는 경우 등에 대해서도 유사한 분석을 하였다. 기업의 CSR 수준과 대중매체, 이익집단, SNS 등의 관계에 대해서 정책적 함의를 제시한 연구라는 점에 의의가 있다.

McWilliams and Siegel(2001)은 전략적 CSR의 관점에서 CSR 수요와 공급에 대한 가설을 제시하였다. 각각의 가설은 다음과 같다. CSR 수요는 소비자와 이해관계자(투자자, 근로자, 지역사회 등)의 수요로 구분되며 소비자는 탐색재(search goods)를 구매하는 경우와 비교하여 경험재(experience goods)를 구매하는 경우에 기업평판을 많이 고려하고, 기업평판은 기업의 CSR 수준에 영향을 받는다. 또한, CSR을 통한 제품 차별화가 가능하며, CSR은 정상재로 소비자의 소득과 양의 상관관계가 있다. 이해관계자 측면에서, 노동조합이 존재하는 산업과 숙련노동자의 공급이 부족한 산업에서 근로자 복지 측면의 CSR 수준이 높아진다.<sup>34)</sup> 공급측면을 살펴보면, CSR을 수행하는 과정에서 기업의 생산비용이 증가한다. 규모의 경제가 있는 경우 기업의 규모와 CSR은 양의 상관관계가 있고, 범위의 경제가 있는 경우 사업의 다각화 정도와 CSR은 양의 상관관계가 있다. 수요와 공급 측면을 동시에 고려하여 최적의 CSR 수준을 결정할 필요가 있음을 주장했다는 점에서 주목할 만한 연구이지만, 각 가설들이 검증되지 않았고 구체적인 모형을 바탕으로 엄밀한 분석을 시행하지 않았다는 점이 한계로 지적될 수 있다.

Calveras *et al.*(2007)은 투표를 통해서 CSR에 대한 정부의 규제 수준을 결정하는 것이 사회후생에 미치는 영향을 분석하였다. 기본적인 가정

32) 시장에서 기업이 얻을 수 있는 이윤(가격 및 비용 측면)이 클수록, 보이콧에 소요되는 비용이 적을수록, 기업의 관행이 잘못되어 있을수록, 보이콧이 기업 제품의 수요에 미치는 영향이 클수록, 외부단체가 기업에 요구하는 수준이 증가하며 기업이 요구를 거절하는 경우 보이콧의 성공을 위해 더 많은 노력을 한다.

33) 이해관계자에게 정보를 제공하거나 보이콧에 참여한 집단 및 정부 관료와의 미팅, 언론을 통한 입장 표명 등의 방식으로 공적인 지지를 얻으려는 수단을 의미한다.

34) 이밖에도 CSR 수준이 높은 기업일수록 CSR에 대한 홍보를 많이 하며, 정부와 계약을 맺은 기업의 경우 CSR 수준이 높아진다고 하였다.

은 다음과 같다. 제품을 소비하는 과정에서 부정적 외부성이 발생하고 부정적 외부성을 인식하는 정도는 소비자에 따라 상이하다. 완전경쟁 하에서 기업은 생산기술을 변화시켜 소비로부터 발생하는 부정적 외부성의 크기를 줄일 수 있고 부정적 외부성 감소로 인한 비용의 증가는 편익의 증가보다 작다. 또한, 소비자들은 부정적 외부성에 대한 자신의 인식을 바탕으로 생산기술의 최저수준에 대해서 다수결 투표를 하여 정부규제 수준을 결정한다. 위와 같은 상황에서 소비자가 부정적 외부성에 대하여 인식수준을 높이는 경우, 두 가지 상반된 효과가 발생한다. 인식수준이 높아진 소비자는 기업들이 부정적 외부성을 더 많이 감소시킬 것을 요구하므로 사회후생에 긍정적으로 작용한다. 반면, 인식수준의 변화가 없는 소비자는 인식수준이 높아진 소비자가 부정적 외부성의 크기를 줄일 것을 예상하므로 자신의 소비를 통한 부정적 외부성의 증가를 용인할 유인이 존재하고 (일종의 무임승차) 이는 사회후생에 부정적으로 작용한다. 상반되는 두 가지 효과의 크기에 따라서 사회후생은 증가할 수도 있고 감소할 수도 있다. 부정적 외부성의 감소를 위한 비용이 편익보다 작더라도 CSR에 대한 공적규제가 항상 사회후생에 긍정적으로 작용하는 것은 아니라는 것을 보였다는 점에서 의의가 있다.

Baron(2009)은 개인이 CSR을 통해서 효용을 얻는 경우 (즉 CSR과 개인의 자선활동이 대체재인 경우), 개인은 CSR의 활성화를 위해 기업에 투자하거나 기업에게 압력을 행사하는 사회단체를 지원함을 보였다. CSR을 행하는 기업의 가치는 CSR에 대한 사회적인 평가를 반영하여 결정되고 도덕적 의무를 이행하는 과정에서 발생하는 비용은 시장에서 보상받지 못한다는 측면에서 도덕적 의무를 이행하는 기업(moral management firm)과 전략적 CSR을 행하는 기업(self-interested firm)을 구별하였다. 기존의 연구와는 달리 생산물시장, 자본시장 등을 통합적으로 고려하였다는 점에서 의의가 있다.

#### 나. 개인의 사회적 기여 측면 접근

Bagnoli and Watts(2003)<sup>35)</sup>는 전략적 CSR의 관점에서 공공재의 사회적 공급에 대해서 논의하였다. 소비자는 공공재의 구매로부터 효용을 얻고,

기업은 공공재가 연계된 사적재(linked version)를 생산할 것인지 공공재가 연계되지 않은 순수 사적재(non-linked version)를 생산할 것인지 결정한다. 공공재가 연계된 사적재를 생산하는 경우 CSR 활동을 하는 것이고, 공공재가 연계된 사적재와 연계되지 않은 사적재에 대한 소비자의 지불의사는 상이하다고 가정한다. 기업이 가격경쟁을 하면<sup>36)</sup>, 경쟁의 정도에 따라서 서로 다른 균형이 성립하는 것을 보였다. 기업이 한 개이면, CSR을 행하는 것과 그렇지 않은 경우의 이윤을 비교하여 이윤이 큰 제품만을 생산하는 독점시장이 성립하고 공공재는 과소공급된다. 기업이 두 개이면 공공재가 연계된 사적재만을 생산하는 기업과 순수 사적재만을 생산하는 기업이 각각 독점시장을 형성하고 공공재는 과소공급된다. 기업이 세 개이면, 한 제품에 대해서는 독점시장이 되고, 다른 한 제품에 대해서는 한계비용과 같은 수준의 가격이 설정되는 복점시장이 된다. 순수 사적재에 대해서 독점시장이 성립하면 공공재의 생산수준은 과소공급 및 과대공급이 모두 일어날 수 있다. 기업이 네 개 이상이면, 각 제품에 대해서 한계비용과 같은 수준의 가격이 설정되고 공공재는 과소공급된다. 수량경쟁을 하는 경우에도 위와 유사한 분석이 가능하고, 공공재와 연계된 사적재와 그렇지 않은 사적재가 모두 공급되고 경쟁이 심한 경우(즉 기업의 숫자가 많은 경우) 공공재가 과소공급됨을 보였다. 또한, 사적재를 생산하기 위해 친환경 기술을 사용하고 그에 따른 고정비용이 증가하는 경우, 기업의 진입이 자유롭다면 경쟁방식과는 무관하게 공공재는 과소공급됨을 보였다.<sup>37)</sup> CSR을 행하는 기업 간의 경쟁이 심해지면 공공재의 과소공급으로 이어지므로 경쟁의 제한이 사회적으로 바람직할 수 있음을 보이고 공공재의 효율적 공급과 사적재의 효율적 공급의 상충관계(trade-off)를 설명하였다는 점에서 의의가 있다.

35) Bagnoli and Watts(2003)의 연구는 산업조직론적 접근으로 분류할 수도 있다. 하지만, 공공재의 사적 공급의 변화에 중점을 두고 있는 것으로 판단하여 개인의 사회적 기여 측면에서 접근한 연구로 분류하였다.

36) 공공재와 연계된 사적재를 생산할 것인지, 즉 CSR을 행할 것인지를 먼저 결정한 후 가격경쟁을 하며, 각 기업은 경쟁사가 CSR을 행하는지 여부를 안다고 가정한다.

37) Bagnoli and Watts(2003)는 비용에 대한 두 가지 가정 하에서 가격경쟁을 하는 경우와 수량경쟁을 하는 경우의 공공재 공급수준에 대한 비교·분석을 하였다. 자세한 내용은 Bagnoli and Watts(2003) 참조.

Kotchen(2006)은 사적 공공재 공급모형에 사적재와 공공재의 성격을 동시에 가지는 비순수공공재(impure public goods)를 도입하여 소비자 선택의 폭을 넓힌 모형을 제시하였다. 기존의 모형에서는 소비자는 예산 제약 하에서 사적재를 소비하거나 공공재 공급을 위한 지출을 선택하였으나 Kotchen(2006)은 소비자가 사적재 소비와 공공재 공급을 위한 지출 외에도 비순수공공재 소비를 선택할 수 있다고 가정한다. 또한, 비용 측면에서 사적재와 공공재 생산을 따로 하는 것보다는 비순수공공재를 생산하는 것이 비효율적이지 않다고 가정한다. 비순수공공재의 생산기술에 따라서 비순수공공재가 사적 공공재 공급에 미치는 영향은 달라지고, 공공재와 사적재의 관계가 중요한 변수가 된다. 두 재화의 관계가 총보완재(gross complement)관계라면 비순수공공재는 사적 공공재의 공급량에 긍정적인 영향을 준다. 또한, 비순수공공재의 생산기술이 효율적이고 경제규모가 크다면 비순수공공재가 사적 공공재의 공급을 완전히 구축하지만 시장에 공급되는 공공재의 총량은 증가한다. 하지만, 비순수공공재의 생산은 사회후생에 긍정적 영향을 줄 수도 있지만 부정적 영향을 줄 수도 있음을 보여 CSR 활동이 사회후생에 부정적으로 작용할 수도 있음을 보였다.

Baron(2007)은 Zivin and Small(2005)의 모형을 이용하여 개인이 CSR을 행하는 기업에 투자하는 이유, 기업가가 CSR을 행하는 이유, CSR을 통한 사회적 기여가 개인의 직접기여보다 사회적으로 바람직한 이유 등에 대해 논의하였다. 시장에는 이윤을 극대화한 후 주주에게 전액을 배당하는 영리기업과 이윤의 일부를 주주에게 배분하고 나머지는 사회적 목적에 사용하는 CSR을 행하는 기업이 존재하고 개인들은 각 기업들에 대한 주식을 보유하고 배당으로 받은 수익을 소비에 사용하거나 사회적 목적에 사용한다고 가정한다. 또한, 개인은 자신의 사회적 기여는 물론이고 기업의 사회적 기여 (즉 CSR 활동)로부터도 만족을 얻지만, 각각의 기여로부터 느끼는 만족의 정도는 개인에 따라 상이할 수 있음을 가정한다. 개인의 사회적 기여와 기업의 사회적 기여가 완전한 대체재라면, 즉 모든 개인이 각각의 사회적 기여로부터 느끼는 만족감이 동일하다면 영

리기업과 CSR을 행하는 기업의 시장가치는 동일하고<sup>38)</sup> CSR을 통한 사회적 기여가 개인의 사회적 기여를 완전히 구축한다. 반면, 개인이 자신의 사회적 기여에서 느끼는 만족감이 기업의 사회적 기여에서 느끼는 만족감보다 크다면 CSR을 행하는 기업의 시장가치는 영리기업보다 낮아진다. 한편, 기업가가 CSR을 하는 이유로 전략적 측면도 존재하지만, CSR로부터 기업가 자신이 느끼는 사회적 만족감과 투자자들에게 CSR을 행하는 기업에 대한 투자기회를 제공하면서 느끼는 만족감(warm glow)을 제시하였다.<sup>39)</sup> 기업의 시장가치와 소비자의 선호를 고려한 분석이라는 점에서 의미가 있지만, 기업의 이윤이 내생적으로 결정되지 않고 외생적으로 주어진다는 가정과 공적 공공재 공급을 고려하지 않은 점은 연구의 한계이다.

Besley and Ghatak(2007)은 CSR 활동을 기업이 이윤극대화를 위해 공공재에 대한 소비자의 선호를 반영하는 것으로 이해하고, CSR이 지속 가능하고 사회적으로 바람직한지 여부를 분석하였다. 소비자는 공공재를 가치있게 평가하는 집단과 그렇지 않은 집단으로 구분되며 기업은 가격경쟁을 한다고 가정한 후, 집단 유형에 따라 상이한 균형이 성립되고 공공재를 가치 있게 평가하는 소비자의 효용 및 사회후생이 증가하는 것을 보였다.<sup>40)</sup> 한편, CSR을 통한 공공재의 공급수준은 사회적 최적 수준에는 미치지 못하고, 공공재의 외적 공급(예를 들면, 정부의 공급)의 증가는 공공재의 사적 공급(즉 개인의 기여 및 CSR)을 구축한다고 하였다. 또한, CSR 활동을 소비자들이 온전히 관찰할 수 없는 경우 기업의 CSR 활동이 지속되기 위해서 CSR 수준을 위반하는 기업이 적발될 확률이 일정 수준보다 높아야 하며 CSR이 정부와 비영리집단과 비교하여 사회후생 측면에서 더 바람직할 수 있는 경우가 있음을 보였다.

38) Baron(2007)은 배당세가 존재하는 경우 CSR을 행하는 기업의 가치가 영리기업보다 높을 수 있다고 하였다.

39) Baron(2007)은 기업가가 CSR을 행하는 동기는 사회적 기업가에게도 적용될 수 있다고 하였다.

40) 기업들은 가격경쟁을 한다고 가정하였으므로, 기업들은 균형에서 이윤을 얻지 못한다. 즉, 생산자잉여는 CSR 활동으로 변하지 않는다.

## 다. 산업조직론 관점 접근

Hirose *et al.*(2017)은 가격선도기업과 추종기업이 있는 복점시장을 다루었다. 생산과정에서 환경오염이 발생하고, 환경오염은 기업의 성과를 낮추는 요인으로 작용하며 환경오염이 기업 성과에 반영되는 정도를 기업가가 결정할 수 있다고 가정한다. 환경오염이 기업 성과에 반영되는 정도를 기업의 CSR 수준으로 해석할 수 있다. CSR 수준을 결정한 후 가격경쟁을 하면, 선도기업은 CSR을 행하지 않고 추종기업만 CSR을 행하며, 선도기업의 이윤이 추종기업의 이윤보다 크다.<sup>41)</sup> 또한, 모든 기업이 CSR을 행하지 않는 경우와 추종기업만 CSR을 행하는 경우의 사회후생을 비교하면 환경오염의 정도가 일정 수준 이상인 경우에 한하여 후자의 사회후생이 더 크다. CSR은 환경오염을 줄인다는 점에서 사회후생에 긍정적으로 작용하지만 생산비용을 높여 소비자잉여에는 부정적으로 작용할 수 있기 때문이다.

### 1.2.2.2 실증 연구

CSR에 대한 실증 연구의 주된 주제는 CSR이 기업에 미치는 영향이다. CSR 측정을 위해 KLD index와 KEJI index가 주로 사용되고 있다<sup>42)</sup>. 이하에서는 CSR과 재무적 성과, CSR과 이해관계자, CSR과 제품의 관계를 살펴본다.

#### 가. CSR과 재무적 성과

CSR과 재무적 성과에 대한 연구는 CSR 활동이 기업의 비용으로 작용하여 기업 가치를 저하시키는지 아니면 투자로 작용하여 기업 가치를 증가시키는지 살펴보는 것이 주요한 목적이다.

---

41) 일반적으로 가격경쟁을 하는 경우, 추종기업이 선도기업보다 유리하다(Gal-or, 1985).

42) 각 지수가 CSR의 대리변수로서 타당한지 여부는 CSR관련 실증분석을 위한 선결문제이다. Chatterji *et al.*(2009)은 CSR에 대한 평가는 사회적 가치 투자자들에게 올바른 정보를 제공하여 비대칭정보상황을 해소하는 역할을 할 수 있다고 주장하며, KLD Index가 기업의 환경관련 성과를 정확하게 측정하는지를 논의하였다. Bénabou and Tirole(2010)은 사회적 가치의 다양한 측면이 존재하는 경우, 사회적 가치를 통합적으로 고려하는 과정에서 문제가 발생할 수 있다고 지적하였다.

Stanwick and Stanwick(1998)은 CSP를 포춘의 기업 평판 지수(Fortune's Corporate Reputation Index)를 이용하여 측정하고 CSP와 기업의 규모, 재무적 성과, 환경적 성과(오염물질 배출의 정도)의 관계를 살펴보았다. 5년의 조사기간(1987-1992)동안 재무적 성과는 CSP에 긍정적인 영향, 기업의 규모는 1989년을 제외하고는 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났으나 환경적 성과는 2개년도(1987, 1990)에는 부정적 영향, 나머지 년도에는 유의한 영향이 없는 것으로 나타났다.

Hillman and Keim(2001)은 KLD 지수를 이용하여 CSP와 주주가치창출과의 관계를 살펴보았다. 전년도 대비 금년도의 (시장가치 - 자본)의 증가를 주주가치창출로 측정하고, CSP를 이해관계자와의 직접적 연관성을 기준으로 이해관계자경영과 사회문제참여의 두 측면으로 분류하였다.<sup>43)</sup> CSP는 주주가치창출에 시차를 두고 영향을 줄 것이라고 가정한 후, 이해관계자경영은 주주가치창출에 긍정적인 영향을 주었으나 사회문제참여는 부정적인 영향을 준다고 하였다.

Brammer and Millington(2008)은 기업의 기부활동을 이용하여 CSP를 측정하고, 기업의 주가, 배당, 무위험자산의 수익률 등을 고려하여 CFP를 측정하였다. 분석결과, 매출액 대비 기부활동의 비율은 기업 규모, R&D 비중, 이윤, 광고 집중도, 노동집약도(즉 전체비용에서 노동비용이 차지하는 비율), 레버리지 정도, 현금보유량, 배당수준 등의 영향을 받았다. CSP와 CFP는 U자형의 관계, 즉 CSP가 낮거나 높은 경우의 CFP가 CSP가 보통인 경우의 CFP보다 높게 나타났다. CFP를 단기(1년)와 장기(10년)로 구분하면, 단기의 경우에는 CSP가 낮은 기업의 CFP가 가장 높게 나타났으나 장기에는 CSP가 높은 기업의 CFP가 가장 높게 나타나 CSP가 CFP에 미치는 영향은 기간에 따라 다른 것으로 나타났다. 다만, 저자들은 CSP에 다양한 측면을 포함하지 못한 점과 인과관계에 대한 결론은 내릴 수 없다는 점을 연구의 한계로 지적하였다.<sup>44)</sup>

43) 이해관계자경영에는 고용관계, 다양성 문제, 지역사회와의 관계, 환경문제 등이 포함되고 사회문제참여에는 술, 담배, 도박, 무기 관련 사업여부 등이 포함된다.

44) Waddock and Graves(1997)는 CSR과 CSP는 서로 영향을 주는 관계라고 해석하였다.

Barnett and Salomon(2012)은 KLD 지수를 이용하여 CSP를 측정하고, 경제적 성과를 자산수익률(순이익/총자산)과 순이익으로 측정하였다. 종업원 수, 부채비율, R&D 및 광고 비중을 통제하고 CFP의 자기회귀(AR(1) process)를 가정하는 경우, CSP와 CFP는 Brammer and Millington(2008)의 연구와 같이 U자형의 관계를 갖는다고 하였다. U자형의 관계는 초기에는 CSP 활동으로 인한 비용이 이득보다 크지만, 장기적으로는 비용보다 CSP를 통한 이윤이 크다는 것을 지지하는 결과이다.

Lins *et al.*(2017)은 사회적 투자(CSR을 대리변수로 이용)를 통해서 형성된 기업과 이해관계자의 신뢰에 부정적인 충격이 발생한 경우, CSR이 기업에 미치는 영향을 살펴보았다. 예견되지 못한 부정적 충격을 고려하기 위해 금융위기 기간(2008.8-2009.3)을 대상으로 연구하였다. 금융위기 기간 동안 CSR은 기업의 이윤에 긍정적인 영향을 주었고, 금융위기가 지난 후에도 CSR은 영업이익률, 총마진률, 판매성장률 등에 유의한 영향을 주었으나 그 정도는 금융위기 기간 동안 더 큰 것으로 나타났다. 기존의 연구들과 달리, 금융위기라는 특수한 상황을 고려하였다는 점에서 주목할 만한 연구이다.

국내에서도 CSR과 재무적 성과에 대한 많은 연구가 이뤄졌다. 장지인과 최현섭(2010)은 KEJI 지수를 이용하여 CSR을 측정하고, CSR과 회계수익률, 기업가치 (즉 토빈의 Q), 자본비용의 관계를 연구하였다. 총자산, 부채비율, 산업을 통제하고 OLS를 시행한 결과, CSR은 회계수익률 및 기업 가치와 양의 관계를, 자본비용과는 음의 관계를 보였다.

허미옥과 정기한(2010)도 KEJI 지수를 이용하여 CSR을 측정하고, CSR과 기업 가치의 관계, 매개변수로서의 기업 명성에 대해 연구하였다. 부채비율, 외국인투자자지분율, 최대주주지분율, 자기자본순이익률, 총자산, 무형자산비율, 산업, 연도를 통제하고 OLS를 시행한 결과, CSR은 기업 명성과 기업 가치에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한, CSR과 기업 가치의 관계에서 기업 명성의 매개효과가 존재함을 보였다. 즉, CSR 수준이 높을수록 기업 명성이 증가하고 증가된 기업 명성은 기



업 가치를 증가시킨다고 하였다.

신민식 외(2011)는 기업의 사회적 책임 지출이 기업 가치에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 매출액 성장률, 수익성 비율, 레버지리 비율, R&D 투자 비율, 기업규모 및 연령, 산업 등을 통제하고 고정효과모형을 통해 분석한 결과, 기업의 기부금 지출과 기업 가치는 역U자형의 비선형 관계가 나타났다.<sup>45)</sup>

변선영과 남현정(2016)은 기업의 글로벌화와 CSR 활동이 기업 가치에 미치는 영향을 분석하였다. 글로벌화는 매출액 대비 수출액으로, CSR은 KEJI 지수로, 기업 가치는 토빈 큐를 이용하여 측정하였다. 총자본, 레버지리, 성장성, 자산이익율을 통제하고 고정효과모형을 이용한 분석을 한 결과, 글로벌화와 기업 가치는 역U자형의 관계를 가지며, 글로벌 기업의 CSR은 기업 가치에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

앞서 살펴본 것처럼, 국내외 많은 연구들은 CSR과 CFP는 양의 관계를 가지는 것으로 보고하고 있다.<sup>46)</sup> 다만, CSR이 기업에 미치는 영향은 장기적으로 판단할 필요성이 있으므로 Brammer and Millington(2008)과 Barnett and Salomon(2012)의 연구 방식에 주목할 필요가 있다. 또한, 국내에서도 장기적 관점에서 CSR과 CFP의 관계를 다루는 연구가 이뤄져야 할 것이다.

## 나. CSR과 이해관계자

이해관계자에는 다양한 주체들이 포함되지만, CSR 연구에서는 주로 소비자와 종업원을 대상으로 CSR의 영향에 대해 논의하고 있다.

Brown and Dacin(1997)은 CSR을 중요한 사회 문제에 대한 기업의 인식 내지는 태도, 즉 자선사업과 지역사회 참여의 정도로 정의한 후, 소

---

45) 대기업과 중소기업으로 분류하는 경우 역U자형의 관계가 모두 관측되었으나, 재벌기업과 비재벌기업으로 분류하는 경우 재벌기업의 사회적 기부금 지출은 기업 가치에 영향이 없는 것으로 나타나 재벌효과가 존재한다고 하였다.

46) Orlitzky *et al.*(2003)은 52개의 연구를 바탕으로 CSP와 CFP가 긍정적 상관관계를 갖고, CSP를 환경적 성과와 그 밖의 성과로 나누는 경우 환경적 성과의 상관성이 낮아진다고 하였다. Margolis *et al.*(2009)도 1972년부터 2007년 사이에 214개의 연구를 바탕으로 메타분석을 하였고 CSP가 CFP에 미치는 효과는 긍정적이지만 크지는 않다고 하였다.

비자에게 기업의 CSR 활동을 제시하고 해당 기업과 기업 제품에 대해 어떻게 인식하고 있는지에 대하여 설문조사하였다. 구조방정식을 이용한 분석에서 CSR은 기업의 평판에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났고, 기업 평판이 기업 제품에 미치는 효과를 통해서 CSR이 소비자의 기업 제품에 대한 평가에 영향을 주었다.<sup>47)</sup>

Sen and Bhattacharya(2001)는 CSR을 기업의 다양성 촉진 노력<sup>48)</sup>으로 이해하고 CSR이 소비자에게 미치는 영향을 설문조사를 통해 분석하였다. 부정적인 CSR의 경우 모든 소비자가 기업 평가에 반영하였으나 긍정적인 CSR의 경우 CSR을 지지하는 소비자만이 기업 평가에 반영하는 것으로 나타났다. 또한, CSR은 소비자의 제품구매의도에도 직·간접적으로 영향을 주는 것으로 나타났다. 한편, 소비자가 CSR을 지지하는 정도와 기업이 행하는 CSR 수준의 일치정도에 따라서 CSR이 소비자에게 미치는 효과도 상이한 것으로 나타났다.

Giuliano *et al.*(2017)은 근로환경 측면에서 CSR을 정의하였다. 즉, 일자리 특성에 맞는 근로자 채용여부(특히, 교육수준 관련한 매칭문제), 성별 또는 나이 등으로 인한 근로자 간 차별 여부, 정규직 고용 여부를 기준으로 CSR을 측정하고 CSR과 근로자 생산성의 관계를 살펴보았다. 세가지 기준의 CSR이 과잉학력자(over-educated worker)의 생산성에 미치는 효과를 살펴본 결과, CSR을 행하는 기업의 경우 그렇지 않은 경우에 비하여 과잉학력자의 생산성이 높게 나타났다. 이를 바탕으로 CSR을 통한 근로환경 개선은 근로자의 생산성에 긍정적인 효과를 준다고 하였다.

## 다. CSR과 제품의 특성

소비자가 제품의 품질을 언제, 얼마나 정확히 인식할 수 있는지 여부에 따라서 탐색재, 경험재, 신뢰재(credence goods)로 구분할 수 있다.

47) 설문조사에서 실제하는 기업을 사용한 경우와 가상의 기업을 사용한 경우 기업 평판이 기업 제품에 미치는 효과가 다르게 나타났다. 저자들은 맥락효과(context effect)때문에 결과의 차이가 나타나는 것으로 해석하였다.

48) 소수자에 대한 교육지원, 소수자가 소유한 회사의 제품 우선 구매 등이 해당한다.

제품을 사용하기 전에 소비자가 제품의 품질을 정확히 파악할 수 있으면 탐색재에 해당하고, 제품을 사용한 후에 비로소 제품의 품질을 파악할 수 있으면 경험재에 해당하며, 제품을 사용한 후에도 제품의 품질을 정확히 파악할 수 없다면 신뢰재에 해당한다.

Siegel and Vitaliano(2007)는 제품의 특성에 따라 CSR 정도가 다르게 나타나는지 분석하였다. 경험재와 신뢰재를 판매하는 기업의 경우 탐색재를 판매하는 기업보다 CSR 정도가 더 높게 나타날 가능성이 크다는 것을 발견하였고 소비자와 기업이 비대칭정보 상황에 놓인 경우 CSR이 기업 평판을 높여 기업에 대한 소비자의 신뢰를 얻는 수단으로 작용하므로 연구 결과는 전략적 CSR 이론과 상통하는 측면이 있다고 하였다.

## 1.3 사회적 기업

### 1.3.1 사회적 기업과 사회적 가치

Emerson *et al.*(2000)은 사회적 기업이 생산하는 가치를 경제적 가치, 사회경제적(socioeconomic) 가치, 사회적 가치로 구분하였다. 사회경제적 가치는 화폐단위로 측정 가능하지만, 사회적 가치는 화폐단위로 환산이 불가능한 비화폐적 가치를 의미한다. 사회경제적 가치를 측정하기 위하여 많은 방법들이 사용되고 있으며, 사회성과 투자수익률(Social Return on Investment; SROI), 글로벌 사회성과투자 평가시스템(Global Impact Investing Rating System; GIIRS), 균형성과지표(Balanced Score Card; BSC) 등이 대표적이다.

한국사회적기업진흥원에서 제공하는 『2018년 사회적 가치지표 활용 매뉴얼』도 사회적 기업이 생산하는 가치를 광범위하게 정의하고 있다. 사회가치는 사회적 기업(즉 사회적 경제조직)이 활동을 통해서 창출하는 사회적 가치와 사회적 영향을 포괄하는 개념이며 종합적인 사회가치에는 사회적 성과, 경제적 성과, 혁신 성과 등이 모두 포함된다. 사회적 성과에는 미션의 관리, 근로자 고용의 질 증진, 기업 내부 운영의 민주

성, 이윤의 사회적 환원, 사회적 경제 생태계 구축 노력이 포함되고, 경제적 성과에는 노동생산성, 매출액, 영업이익 등이 포함된다. 혁신 성과는 운영 과정이나 방식의 혁신을 의미한다. 또한, 지표를 간소화하여 총 14개의 지표(계량 지표 11개와 비계량 지표 3개)를 실질적으로 활용하고 있다.<sup>49)</sup> 이하에서는 사회경제적 가치와 사회가치를 포괄하는 개념으로 사회적 가치를 사용한다.

사회적 가치와 기업의 의사결정행태, 사회후생에 미치는 영향 등에 대해 분석을 진행하고 사회적 가치를 생산하는 경제주체들에 대한 지원 여부의 타당성을 경제학적 관점에서 논의하기 위해서는 사회적 가치를 화폐단위로 측정하는 것이 필요하다. 하지만, 사회적 가치를 화폐단위로 환산하는 방법에 대한 연구는 미비한 편이다. 이승규와 라준영(2010)의 연구는 사회적 가치<sup>50)</sup>를 화폐단위로 측정하는 방식을 제안했다는 점에서 주목할 만하다. 이승규와 라준영(2010)은 사회적 편익에서 사회적 비용을 제한 것을 사회적 가치로 정의한 후, 취약계층을 고용하여 간병서비스를 제공하는 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치를 화폐단위로 측정하는 방법을 제안하였다. 한편, 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치를 화폐단위로 추정 한 후, 실증 분석을 한 연구도 존재한다. 김재홍과 이재기(2012a)는 사회적 기업이 생산하는 사회적 편익을 화폐단위로 추정하였다. 사회적 편익에는 공공부문 복지예산 절감액, 취약계층 소득 증가액, 취약계층 세수 증가액, 일반근로자 소득 증가액, 일반근로자 세수 증가액 등이 포함된다. 김동철과 김정원(2016)도 고용창출 성과를 정부부문 복지예산 절감액, 취약계층 근로자 및 일반 근로자의 소득 증가분의 합으로 측정하였다. 다만, 위의 연구들이 사용한 방법은 정부와 일반 국민의 후생 증가를 사회적 기업이 추구하는 사회적 가치에 포함시켰다는 점과 소득 증대와 세수 증대를 동시에 고려하여 중복계상의 문제가 존재

49) 계량지표에는 사회적 가치 추구 여부, 사회적 성과 관리체계 구축, 사회적 경제 조직과의 협력 수준, 지역사회와의 협력 수준, 참여적 의사결정비율, 근로자 임금수준, 근로자 역량강화 노력, 고용성과, 매출성과, 영업성과, 노동생산성이 포함된다. 비계량지표에는 사업 활동의 사회적 가치 지향성, 이윤의 사회적 환원 노력도, 기업 운명 및 제품의 혁신성이 포함된다.

50) 이승규와 라준영(2010)은 ‘사회경제적 가치’라는 표현을 사용하였다.

한다는 점에 유의해야 한다.

다양한 사회적 가치를 어떠한 방식으로 측정하는 것이 타당한지에 대하여 사회적 합의는 이뤄지지 않은 것으로 보인다. 또한, 사회적 가치를 화폐단위로 환산하는 것에 대한 부정적인 견해도 존재한다. 따라서 사회적 가치를 화폐단위로 측정하는 것에 대한 사회적 합의를 바탕으로 구체적인 측정 방식에 대한 논의가 이뤄져야 한다. 저임금고용에 처한 노동자에게 높은 임금을 지급하거나, 사회서비스에서 배제된 취약계층에게 사회서비스를 제공하여 발생하는 사회적 가치는 비교적 합의가 이뤄지기 쉽고 합리적인 측정방식을 모색하는 것이 가능한 영역이다.<sup>51)</sup>

Emerson(2003)도 사회적 가치는 다양한 형태로 발생하기 때문에 모든 사회적 가치를 화폐단위로 측정하는 것은 불가능하지만, 측정 가능한 것과 그렇지 않은 것을 구분한 후, 측정 가능한 사회적 가치에 대하여 우선적으로 접근할 필요가 있다고 하였다. 또한, 경제적 가치와 사회적 가치를 분리해서 다루지 말고 하나의 융합된 가치(blended value)로 다룰 것을 주장하였다.

이하에서는 사회적 기업에 대한 다양한 정의와 개념을 살펴보고, 사회적 기업에 대한 연구들을 바탕으로 사회적 가치와 사회적 기업의 연구 방향을 모색한다.

## 1.3.2 연구 동향

### 1.3.2.1 개념적 측면

Defourny and Nyssens(2017)에 따르면 지난 이십여 년 동안 사회적 기업이란 무엇인지, 즉 사회적 기업에 대한 일반적으로 통용되는 정의는 무엇인지에 대한 연구가 상당 수 이뤄졌으나 구체적인 성과는 도출되지 않았다. 다만, 사회적 기업이 가져야 하는 특성에 대한 합의는 일정부분 이뤄졌다. 이하에서는 사회적 기업에 대한 다양한 정의에 대해서 살펴보

---

51) 일자리 제공과 사회서비스 제공으로부터 발생하는 사회적 가치의 측정에 대해서는 제2장 참조.

고 국내에서 사회적 기업은 어떻게 정의되고 인식되는지 살펴본다.

영국 통상산업부(2002)는 사회적 기업을 사회적 목적을 추구하는 기업으로서 주주나 소유주의 이윤극대화를 추구하기 보다는 기업의 잉여를 사업이나 지역사회에 재투자하는데 사용하는 기업이라고 정의한다. OECD(2006)는 사회적 기업은 사회적 경제에서 발전된 형태로 기업가정신을 바탕으로 경제적 목적과 사회적 목적을 동시에 추구하는 조직이라고 정의한다. 또한, OECD는 사회적 기업의 경제적, 사회적 특성을 제시하였다. 경제적 특성으로 사회적 기업은 시장에서 생산 및 판매활동을 하고 외부로부터의 지원을 받지만 운영의 자율성이 높으며 (high degree of autonomy) 경제적 위험성의 수준 또한 높다. 또한, 유급근로자의 고용을 최소로 한다. 사회적 특성으로 사회적 기업은 특정한 가치나 목표를 공유하는 구성원들로 구성되며, 다양한 이해관계자들의 참여를 바탕으로 의사결정이 이뤄진다. 이윤 분배가 제한되며, 지역사회를 이롭게 한다는 명시적인 목적을 가진다. EMES<sup>52)</sup>도 OECD와 유사하게 사회적 기업의 특성을 정의하고 있다(Defourny *et al.*, 2014).

Alter(2007)는 사회적 기업에 대한 다양한 정의를 바탕으로 사회적 기업의 공통적인 세 가지 요소를 제시하였다. 첫째, 사회적 기업은 시장에서 제품을 생산하거나 서비스를 제공한다 (Enterprises Orientation). 둘째, 사회적 기업은 명확한 사회적 혹은 환경적 목적을 가지고 있다 (Social Aims). 마지막으로 사회적 기업은 다양한 이해관계자(예를 들면, 소비자, 종업원, 지역사회 구성원, 사회적 투자자 등)의 참여를 바탕으로 하는 자치조직이다 (Social Ownership). 전형적인 비영리단체와 영리기업이 양극단에 존재하는 스펙트럼에서 사회적 기업은 중간에 위치하되 비영리단체 쪽의 가깝고 영리보다는 사회적 미션 달성에 치중하되 지속가능성을 획득하기 위한 전략을 수립하는 조직이라고 표현하였다. 또한, Alter(2007)는 사회적 기업을 운영방식에 따라 9가지의 기본 형태를 제시하였다. 기업지원형(Entrepreneur Support Model), 시장중개형(Market Intermediary Model), 고용형(Employment Model), 유료서비스형

---

52) EMES는 1996년에 사회적 기업 연구를 위해 유럽 각국의 연구소 및 연구자들이 결성한 네트워크이다.

(Fee-for-service Model), 저소득층시장형(Low-Income Client as Market Model), 협동조합형(Cooperative Model), 시장연계형(Market Linkage Model), 서비스보조형(Service Subsidization Model), 조직지원형(Organization Support Model)이 그러하다.

Ridley-Duff and Bull(2011)은 Alter(2007)보다 사회적 기업을 더 넓게 인정하였다. 즉, 비영리기업과 영리기업이 양극단에 존재하는 스펙트럼에서 양극단이 아닌 모든 경우를 사회적 기업으로 이해하였다. 공공영역, 민간영역, 제3영역으로 구분하고 사회적 기업을 관련되는 영역에 따라 비영리 모델(Non-profit model), 기업의 사회적 책임 모델(Corporate social responsibility model), 다수의 이해관계자 모델(Multi-stakeholder model)로 구분하였다. Palakshappa and Grant(2018)는 사회적 기업과 기업의 사회적 책임은 각각의 고유한 위치를 차지하고 있으나 사회적 가치 창출이라는 점에서 공통된다고 한 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다.

한편, 사회적기업 육성법 제2조는 사회적 기업을 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로 정의한다. 앞선 연구에서 사회적 기업을 넓게 인정하는 것과 달리 사회적기업 육성법은 좁은 범위로 한정하고 있다. Bidet and Eum(2012)은 한국의 경우 외환위기 이후 양질의 일자리가 줄어들고 취약계층이 사회적으로 배제되는 현상이 심화되었고 이러한 문제인식이 사회적기업 육성법<sup>53)</sup>에 반영된 결과로 해석하였다. Park *et al.*(2017)은 사회적 기업 인증제도는 영국을 모방한 것으로 top-down 방식의 규제를 통해서 사회적 기업을 최대한 활용하기 위한 것이라고 평가하였다.<sup>54)</sup> 사회적 기업에 대한 지원이 일자리 제공형을 위주로 행해지고 있는 이유로 사회적 기업이 2000년대 보건복지부의 자활근로사업의 뒤를 이어 고용노동부가 2005년에 사회적 기업을 정책수단으

53) 사회적기업 육성법 제19조에 따르면 정부로부터 인증을 받은 사회적 기업만이 ‘사회적기업’이라는 명칭을 사용할 수 있다.

54) Park *et al.*(2017)은 영국의 경우 인증 제도를 취하고 있지만, 사회적 기업의 범위를 넓게 인정하여 다양한 문제를 해결하는 것이 가능하도록 했다는 점에서 인증제도보다는 등록제도에 가깝다고 평가하였다.

로 도입하였음을 지적하였다.

### 1.3.2.2 이론 연구

사회적 기업의 목적함수를 바탕으로 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향을 살펴 본 연구들은 대부분 불완전경쟁시장을 분석한다. 사회적 기업의 생산성이 영리기업보다 낮거나 사회적 기업은 자신의 이윤을 희생하여 사회적 가치를 생산한다는 기본적인 가정을 바탕으로 하고 있기 때문에 양의 이윤을 획득할 수 있는 불완전경쟁시장을 다루고 있는 것으로 판단된다.

Chu(2015)는 사회적 기업을 두 가지 형태로 구분하였다. 첫째는 일반 소비자를 대상으로 이윤을 극대화한 후, 그 이윤을 취약계층에게 기부하는 경우이고 둘째는 기업이 영의 이윤을 획득한다는 제약(the constraint of no persistent gain or loss) 하에서 취약계층의 효용극대화를 목적으로 하는 경우이다. 두 계층의 소비자, 두 종류의 상품, 두 개의 시장이 존재하는 상황을 가정하였을 때, Chu(2015)는 취약계층의 소득이 너무 낮지 않은 경우에 한하여 두 번째 경우에 해당하는 사회적 기업이 취약계층의 사회후생을 더 높일 수 있음을 보였다. 독점시장을 분석하였다는 점에서 한계가 있으나, 사회적 기업의 지속가능성을 직접 고려하고 사회적 가치를 명확히 규정하였다는 점에서 연구의 의의가 있다.

Cho and Lee(2017)는 사회적 기업이 영리기업과 경쟁하는 과점시장을 분석하였다. 사회적 기업은 영이윤제약 하에서 소비자잉여와 생산량에 비례하여 발생하는 사회적 가치의 합을 극대화하고 사회적 기업은 영리기업보다 높은 비용으로 생산한다고 가정한다. 또한, 정부는 사회적 기업의 생산에 대해서 일정의 보조금을 지급한다고 가정한다. 영리기업이 추종자 또는 선도자의 역할을 할 수 있다면, 사회후생 측면에서는 영리기업이 선도자가 되는 것이 우월하지만, 취약계층의 후생 측면에서는 영리기업이 추종자가 되는 것이 우월함을 보였다. 또한, 정부의 지원방식은 보조금 지급 방식이 생산량 할당이나 시장점유율 할당 방식에 비하여 효



율적이라고 하였다. 다만, 정부의 지원은 사회적 기업으로 하여금 사회성과를 과대생산할 유인을 제공하므로 보조금 지원은 사회적 기업의 지속가능성을 고려하여 이뤄져야 함을 강조하였다.

한편, 사회적 기업을 사회후생 관점에서 접근하지 않고 사회적 기업 내부의 의사결정 측면에서 접근한 연구도 존재한다. SZYMAŃSKA and Jegers(2016)는 사회적 기업의 의사결정에 영향을 미치는 이해관계자 집단이 존재하는 경우를 분석하였다. 각각의 집단이 추구하는 사회적 가치의 정도가 상이한 경우, 사회적 기업의 목적함수는 두 집단의 목적을 가중 평균한 형태라고 가정한다. 이를 바탕으로 사회적 기업이 노동과 자본을 투입하여 일반 제품과 사회적 가치를 실현하는 제품을 생산할 때 사회적 기업의 성과를 극대화하는 노동과 자본의 최적 투입 비율을 도출하였다고 각 집단의 사회적 가치에 대한 선호와 협상력이 변화하는 경우 노동과 자본의 최적 투입 비율이 어떻게 변화하는지를 분석하였다.

Besley and Ghatak(2017)은 사회적 기업이 생성되는 이유를 주인-대리인이론과 매칭이론을 이용하여 논의하였다. 기업의 설립자와 운영자는 사회적 목적에 대한 내재적 동기를 지니며 그 정도는 각각 상이하다고 가정한다. 설립자의 사회적 목적에 대한 내재적 동기가 강하면 비영리법인을 설립하고, 내재적 동기가 너무 약하면 영리기업을 설립한다. 설립자의 내재적 동기가 일정범위 안에 존재하는 경우, 사회적 기업을 설립하고 이윤과 사회적 목적을 동시에 추구하는 대리인에게 운영을 위탁하는 균형이 성립한다. 기존의 연구들이 사회적 기업의 존재를 당위적으로 받아들이고 사회적 기업의 영향을 분석하였다면, Besley and Ghatak(2017)은 사회적 기업의 생성 과정을 분석하였다는 점에서 의의가 있다.

### 1.3.2.3 실증 연구

사회적 기업에 대한 실증 연구는 국내연구를 중심으로 살펴본다. 2007년 사회적기업 육성법이 시행되고 정부지원이 이뤄지면서 정부지원의 타당성에 대한 연구가 2010년대 초반부터 꾸준히 이뤄지고 있다.

김재홍과 이재기(2012a)는 2010년 고용노동부의 사회적 기업 성과보고 전수자료(491개)<sup>55)</sup>를 이용하여 지원금이 사회적 기업의 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 사회적 기업당 받는 평균 외부지원금은 사회적 기업이 창출하는 사회적 편익과 비슷한 수준으로 나타났다. 정부지원금은 경제적 성과(EROI)에 유의한 영향을 주지 않았고, 고용노동부 및 지방자치단체의 지원금은 사회적 수익률(SROI)을 유의하게 감소시킨다고 보고하였다.<sup>56)</sup> 김재홍과 이재기(2012a)의 연구는 국회 예산결산위원회를 통하여 확보한 사회적 기업 성과보고 전수 자료를 이용했다는 점에서 큰 의의가 있는 연구결과이다. 다만, 사회적 편익을 측정함에 있어서 과다측정의 문제<sup>57)</sup>가 존재한다는 점에 유의해야 한다.

사회적 기업에 대한 실증 연구는 주로 인증 사회적 기업의 자율경영공시자료를 이용한다. 강석민(2014)은 76개의 사회적 기업 공시자료를 이용하여 정부재정지원이 사회적 기업의 경영성과에 미치는 영향을 분석하였다. 전문인력지원과 사업개발비의 합계를 정부재정지원으로 간주하였고, 사회적 기업의 경영 성과(매출액에 자연로그를 취한 값)에 미치는 정부재정지원의 비선형영향(U자형)이 있다고 하였다.

김정인(2014)은 2013년 자율경영공시를 수행한 81개의 사회적 기업을 대상으로 정부재정지원과 사회적 기업의 성과 간 상관관계를 분석하였다. 분석결과, 인건비지원은 영업이익과 부정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 한편, 사회보험료지원은 취약계층 고용율과 부정적인 상관관계를 보였으나 영업이익과는 긍정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다

55) 김재홍과 이재기(2012b)는 같은 데이터를 이용하여 지원금의 고용창출효과에 대한 실증 분석을 하였다. 분석결과, 취약계층 근로자수에는 고용노동부 지원금, 지방자치단체 지원금, 기업후원금이 긍정적 영향을, 일자리사업 근로자수에는 고용노동부 지원금이 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 취약계층 고용률에는 고용노동부와 타 부처 지원금이 부정적 영향을, 정규직 고용률에는 고용노동부 지원금이 부정적 영향을 주는 4것으로 나타났다.

56) Emerson(2003)에 따르면 'EROI = 당기순이익/자산', 'SROI = (사회적 편익-사회적 비용)/자산', 'BROI = EROI+SROI'로 정의된다.

57) 김재홍과 이재기(2012a)는 근로자의 소득 증가로부터 발생하는 정부의 세수 증가액을 사회적 편익으로 인정하였다. 하지만, 세금은 근로자로부터 정부에게 소득이 이전되는 것이므로 사회전체적으로 볼 때 사회후생은 변하지 않는 것으로 볼 수 있다. 오히려, 조세왜곡이 발생하면 사회후생이 감소하므로 사회편익에는 부정적으로 작용할 여지가 존재한다.

다.

김희철(2015)은 2014년 자율경영공시를 수행한 116개의 사회적 기업을 대상으로 사회적 기업의 경제적 성과와 사회적 성과 요인들에 대해 분석을 하였다. 분석결과, 당기순이익에는 유급근로자수와 교육훈련비가 긍정적인 영향을, 순자본은 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 취약계층 고용에는 조직형태, 유급근로자수, 외부지원금이 긍정적 영향을, 인증유형(일자리 제공형 더미)과 교육훈련비는 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다.

허만형과 양광석(2015)은 2014년 자율경영공시를 수행한 116개의 사회적 기업을 대상으로 사회적 기업의 고용창출 영향요인을 분석하였다. 정부재정지원 중 인건비지원과 사업개발지원은 고용창출에 영향을 주지 못하였으나 전문인력지원은 취약계층 고용에 긍정적인 영향을 준다고 하였다.

홍효석과 김예경(2016)은 2015년 자율경영공시를 수행한 218개의 사회적 기업을 대상으로 정부지원금 및 일반지원금이 사회적 성과와 경제적 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과, 정부지원금 중 인건비지원과 사회보험료지원이 취약계층 고용율에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 반면, 정부지원금 중 인건비지원과 기타지원금, 일반지원금 중 기업지원금과 모기관지원금이 영업이익에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 당기순이익에는 모든 지원금이 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

김동철과 김정원(2016)은 2015년 자율경영공시를 수행한 184개의 사회적 기업을 대상으로 사회적 기업의 성과를 기업 특성과 지역 특성별로 살펴보았다. 사회적 성과를 고용창출성과, 즉 (고용창출편익/고용창출 사회적 비용)\*100로 측정하였다. 분석결과, 고용창출성과는 인증기간, 설립기간에 따라서 유의한 차이가 있었으나 인증유형에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

이양복과 최항석(2016)은 2015년 자율경영공시를 수행한 218개의 사회적 기업을 대상으로 사회적 기업의 지배구조 특성과 네트워크 다양성이

경영성과에 미치는 영향을 분석하였다. 주요 이해관계자의 참여적 지배 구조는 경제적 성과(매출액의 자연로그를 취한 값)와 취약계층 고용비율에 유의한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 네트워크 다양성은 경제적 성과에는 긍정적 영향을, 취약계층 고용비율에는 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한, 경제적 성과와 사회적 성과는 부의 관계가 있다고 보고하였다.

앞서 살펴본 것처럼 자율경영공시자료를 이용한 연구들은 일관된 분석 결과를 보고하지 않고 있다. 사용한 데이터가 상이한 것이 가장 큰 원인으로 판단되지만, 각 연구들이 사용한 사회적 기업의 성과변수가 상이한 것도 중요한 이유일 것이다. 양질의 데이터가 확보되더라도 사회적 성과 측정에 대한 합의가 존재하지 않는다면 이와 같은 문제는 계속될 것으로 생각된다.

한편, 자율경영공시자료를 이용하지 않고 사회적기업연구소에서 실시한 <사회문제와 사회혁신 2015> 조사 자료를 이용한 연구도 존재한다. 조희진과 장용석(2016)은 사회적 기업가 정신을 사회적 가치와 경제적 가치를 융합적으로 인식하는 태도로 보고 이것이 사회적 기업의 재무적 성과(매출액)와 사회적 성과(사회 혁신 의지와 사회적 가치 실현 행위) 간의 관계에 미치는 영향을 살펴보았다. 분석결과, 사회적 기업가 정신이 사회적 기업의 경제 성과와 사회 성과의 관계를 긍정적으로 만드는데 기여한다고 하였다.

황정윤과 장용석(2017)은 정부지원이 사회적 기업의 경제적 성과(순이익)와 사회적 성과(사회문제 해결 기여도에 대한 자체평가)에 미치는 효과를 분석하였다. 분석결과, 정부지원은 기업의 자립성 확립 여부에 따라 두 성과 중 하나에만 긍정적 영향을 준다고 하였다. 또한, 정부지원이 사회적 기업의 성과를 극대화하는 적정한 수준의 기간이 존재함을 보였다.

위 연구들은 자율경영공시자료를 통해서는 알 수 없는 변수들, 예를 들면, 사회적 지지, 사회적 기업가 정신 등과 같은 변수들을 이용하였다는 점에서 연구의 차별성이 인정된다. 하지만, 사회적 가치 측정의 객관성 및 다른 연구와의 비교가능성 측면에서 한계가 있다고 할 것이다.

## 1.4 소결

혼합과점시장에 대한 대부분의 연구는 공기업을의 목적이 사회후생 극대화라고 가정한 후 결론을 도출한다. 공기업을의 목적이 변하면, 기존 연구의 결과들이 달라질 것을 예상할 수 있고, 실제로 적지 않은 연구들이 공기업을의 목적함수가 변하는 경우 다른 결과가 나타남을 보여주고 있다.<sup>58)</sup> 따라서 공기업을의 목적함수가 현실을 얼마나 잘 반영하고 있는지 우선적으로 논의되어야 한다.

공기업을이 사회후생을 극대화한다는 것은 소비자잉여와 생산자잉여를 모두 고려하는 것으로 정부의 정책이 모든 계층의 후생을 동일하게 다루고 있다는 것으로 해석할 수 있다. 하지만, 경제성장이 둔화되면서 실업률이 증가하고, 소득 불평등지수가 계속 악화되는 상황에서 정부의 정책수단은 취약계층을 우선적으로 고려할 수밖에 없는 상황이 되었다. 공기업을 내지 공공기관은 정부의 주요한 정책수단의 하나이므로, 공기업을이 단순히 사회후생을 극대화한다는 것은 현실을 제대로 반영하지 못하는 것이다. 공기업을도 해당 기업의 미션과 비전에 부합하고 정부의 정책방향이 반영된 사회적 가치를 추구할 것으로 예상할 수 있다. 이에 공기업을 연구의 목적을 사회후생이 아닌 사회적 가치 극대화로 대체하는 것이 현실에 적용 가능한 정책적 시사점을 줄 수 있을 것으로 판단된다.

영리기업의 사회적 책임에 관한 연구는 기업 입장에서 CSR을 행해야 하는 이유에 집중하고 있다. 하지만, CSR의 진정한 의미는 기업이 사회적 가치를 생산하고 더불어 살아가는 지속가능한 사회를 만드는 것이라는 점에서 CSR이 사회적 가치 생산을 통해서 사회후생에 어떠한 영향을 주는지에 대한 연구가 이뤄져야 한다. CSR을 공공재의 공급 수준으로 판단하는 연구들은 CSR이 사회후생에 미치는 영향을 판단하고 있다는 점에서 CSR과 사회후생의 관계를 논하는 것으로 CSR의 본질에 부합하는 연구이다. 다만, CSR도 다양한 방식으로 이뤄질 것이므로 공공

---

58) Matsumura(1998)도 공기업을의 목적함수에 따라서 공기업을의 최적 민영화 비율이 달라진다고 하였다.

재 공급 이외의 경우에도 사회후생과 연관하여 살펴보는 것이 필요하다.

사회적 기업에 대한 연구들은 사회적 기업의 목적함수를 각각 다르게 정의하고 있다. 사회적 기업의 다양성을 고려하면 사회적 기업의 목적함수 또한 다양할 것으로 예상할 수 있다. 하지만, 사회적 기업에 대한 연구 결과를 비교하기 위해서는 일반적 모형의 필요성 또한 인정됨에 유의해야 한다.

한편, 사회적 기업과 사회후생을 다룬 대부분의 연구는 과점시장을 가정한다. 사회적 기업이 이윤을 희생하고 사회적 가치를 실현한다는 점에서 사회적 기업이 경쟁 속에서 지속가능하기 위해서는 불완전경쟁시장을 통한 초과이윤의 획득이 필요하다. Chu(2015)가 독점시장을 분석한 것과 제2장에서 과점시장을 고려한 분석을 진행한 것은 위와 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 공기업이 존재하는 시장은 경쟁제한적인 경우가 일반적이므로 경쟁의 정도를 외생적으로 가정하는 것의 타당성이 인정된다(Matsumura and Kanda, 2005; Ino and Matsumura, 2010). 하지만, 사회적 기업은 현실적으로 영세한 규모인 경우가 대부분이므로, 사회적 기업이 존재하는 시장은 신규 진입이 자유로운 경쟁시장일 가능성이 크다. 따라서 사회적 기업 관련 연구는 궁극적으로 기업의 진입이 자유로운 시장, 즉 장기를 고려한 분석이 이뤄져야 한다.

장기에서 사회적 기업이 지속가능하기 위해서는 외부의 지원이 필요할 것이다. 하지만, 사회적 기업에 대한 지원의 타당성에 대해서는 논쟁이 아직 진행 중이다. 따라서 지원의 타당성을 입증하고 효율적인 지원방식을 모색하는 연구가 진행되어야 한다. 사회적 기업에 대한 지원의 타당성은 정부가 취약계층을 직접 지원하는 방식과 사회적 기업에 대한 지원을 통하여 간접적으로 취약계층을 지원하는 경우를 비교하는 방식(예를 들면, 비용-효과 분석)으로 이뤄질 수 있다.

공기업 관련 연구에서는 공기업과 영리기업 모두에게 적용되는 보조금 및 세금이 사회후생에 미치는 영향을 논의한다. 사회적 기업 연구에서도 사회적 가치의 생산은 생산주체와 무관하게 사회후생에 긍정적으로 작용한다는 점에서 영리기업에게도 사회적 가치를 생산할 유인, 즉 보조금을

지원하는 것도 적극적으로 고려할 필요가 있다. 사회적 가치 생산의 비용이 체증한다면, 다양한 주체가 균등하게 사회적 가치를 생산하는 것이 사회적으로 최적일 수 있기 때문이다.

## 제2장 사회적 가치의 측정<sup>59)</sup>

### 2.1 일자리 제공의 사회적 가치

#### 2.1.1 신용제약과 임금의 한계효용

개별 노동자들의 소비는 기초적 필요충족을 위한 기초재와 그 밖의 다른 재화로 이루어진다. 소비의 편익은 준선형(quasi-linear)의 형태로 주어지며 다른 재화로부터의 편익은 그 재화에 대한 지출액에 의하여 결정되는 선형의 관계를 가진다고 가정한다. 즉, 기초재 소비량이  $z$ 이고 다른 재화에 대한 지출액이  $M$ 일 때, 소비의 편익은  $v(z)+M$ 으로 주어지고  $v(z)$ 는 기초재 소비의 편익을 나타낸다.

노동공급과 소비에 대한 의사결정을 분석하기 위하여 노동공급의 비효율을 노동공급량이  $l$ 일 때,  $e(l)$ 로 나타내고 이것이 소비의 편익과 가산분리가능(additively separable)하다고 가정한다. 즉, 경제주체의 효용함수는  $U(z, l, M) = v(z) - e(l) + M$ 로 주어진다.

효용함수의 기본적인 성질로 단조성과 볼록성을 가정한다.

(가정 1)  $v'(z) > 0$ ,  $e'(l) > 0$ ,  $v''(z) < 0$ ,  $e''(l) > 0$ .

아울러 기초적 필요충족의 특성으로 기초재에 대한 소비가 0에 수렴할 때 기초재의 한계편익은 무한대로 발산함을 가정한다.

(가정 2: 기초적 필요)  $\lim_{z \rightarrow 0} v'(z) = \infty$ .

자본시장을 직접적으로 고려하지 않으나 다른 재화의 소비가 음수가 될 수 없다는 가정을 통하여 신용제약과 같은 자본시장의 불완전성을 나

---

59) 제2장은 홍현우와 주병기(2016, 2017)의 사회적 가치 측정에 대한 부분을 정리한 것임을 밝혀둔다.



타낸다.

(가정 3: 신용제약)  $M \geq 0$ .

노동시장에서 노동자들의 임금은 노동자들의 생산성에 의해 결정된다. 취약계층 노동자는 일반노동자에 비해서 기술 숙련도의 부족, 신체적인 결함 등 다양한 이유로 생산성이 낮다. 취약계층 노동자의 생산성이 일반노동자에 비해서 낮은 정도를  $\lambda \in [0,1)$ 로 표시한다. 일반노동자의 임금 수준을  $w$ 라고 하면, 취약계층 노동자의 임금수준은  $\lambda w$ 이고 노동공급이  $l$ 인 취약계층 노동자의 근로소득은  $\lambda w l$ 이다. 취약계층의 의사결정은 아래와 같은 최적화 문제로 나타낼 수 있다.

$$\begin{aligned} \max U(z, l, M) &= v(z) - e(l) + M \\ \text{s.t. } pz + M &\leq \lambda w l, \quad z \geq 0, \quad M \geq 0, \quad 0 \leq l \leq \bar{l}. \end{aligned}$$

(단,  $\bar{l}$ 은 가용한 최대 노동시간)

생산성이 매우 낮은 노동자의 경우 노동을 최대한 공급( $l = \bar{l}$ )하고 모든 소득을 기초재에 지출하여도 기초재 소비의 한계편익이 가격보다 높은  $v'(\lambda w \bar{l}/p) > p$ 의 관계가 성립할 수 있다. 이 경우 음의 화폐소비(대부)가 가능하다면 노동자는 기초재 소비를 더 높일 것이나 이는 신용제약의 가정으로 허용될 수 없다. 노동공급을 최대로 하지 않더라도 여전히 소비의 한계편익은 가격보다 높다. 이처럼 모든 소득을 기초재 소비에 지출하고서도 기초재 소비의 한계편익이 가격보다 높은 상태에 있을 때 이 노동자는 신용제약상태에 있다고 말할 것이다.

만약  $v'(\lambda w \bar{l}/p) \leq p$ 의 관계가 성립하면 노동공급 수준에 따라 신용제약 여부가 결정된다.  $v'(x)$ 의 역함수를  $H(\cdot)$ 라고 하면, 임계소득  $I_m = pH(p)$ 는 모든 소득을 기초재 소비에 지출할 때 한계편익이 가격  $p$ 와 일치하는 소득이다 (즉  $v'(I_m/p) = p$ ). 임계소득  $I_m$ 을 획득하는데 필요

한 노동공급량은  $l_m = I_m / \lambda w = p H(p) / \lambda w$ 이고 임계소득  $I_m$  이상의 소득을 얻으려면 임계노동량  $l_m$ 의 한계비효용이 임금보다 낮아야하고 (즉  $e'(l_m) \leq \lambda w$ ), 그 역도 성립한다. 따라서 임계노동량의 한계비효용이 임금보다 높은 경우 (즉  $e'(l_m) > \lambda w$ ), 소비자는 모든 소득을 기초재 소비에 지출할 수밖에 없게 되어 신용제약상태에 처하게 된다. 이처럼 신용제약상태에 처하게 되는 두 가지 경우가 존재하지만 이하에서는 노동을 최대한 공급하더라도 소득이 부족하여 신용제약상태에 처하게 되는 첫 번째 경우를 가정한다.

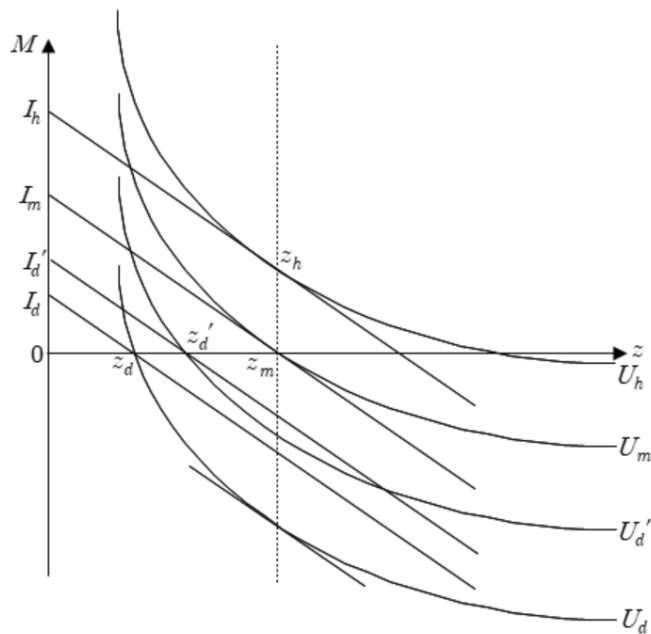


그림 1. 신용제약과 최적 소비: 일자리 제공

<그림 1>에서 신용제약상태에 있는 취약계층 노동자는 소득의 전부 ( $I_d$ )를 기초재 소비에 사용한다. 기초재의 한계효용이 기초재의 가격보다 크기 때문이다 (즉  $v'(z_d) > p$ ).

취약계층 노동자에게 생산성 보다 높은 임금 ( $w_d > \lambda w$ ) 을 제공하면,

취약계층 노동자의 소득 증가분은  $(w_d - \lambda w)\bar{l}$ 가 된다.<sup>60)</sup> 임금의 증가로 취약계층 노동자의 총소득은  $I_d$ 에서  $I_d'$ 로, 기초재의 소비는  $z_d(=I_d/p)$ 에서  $z_d'(=I_d'/p)$ 로, 효용은  $U_d$ 에서  $U_d'$ 로 증가하고 이 때 효용의 증가분이 소득 증가분보다 더 크다.

$$U_d' - U_d = v(z_d') - v(z_d) = \int_{z_d}^{z_d'} v'(z) dz > \int_{z_d}^{z_d'} p_z dz = I_d' - I_d. \quad (61)$$

따라서, 취약계층 노동자에게 생산성보다 높은 임금을 지불하는 것은 사회후생을 높이는 요인으로 작용한다.<sup>62)</sup> 이처럼 신용제약상태에 있는 취약계층 노동자의 소득 증가에 따른 효용 증가분을 다음과 같이 표시한다.

$$\Delta U_d = v(z_d') - v(z_d) = v\left(\frac{w_d \bar{l}}{p}\right) - v\left(\frac{\lambda w \bar{l}}{p}\right) \equiv (1 + \theta(\lambda))(w_d - \lambda w)\bar{l}.$$

$\theta(\lambda) \equiv \frac{\Delta U_d}{(w_d - \lambda w)\bar{l}} - 1$ 은 신용제약상태에 있는 소비자의 기초재의 한계 효용과 임금상승분의 비율에서 1을 제한 값으로 신용제약의 정도를 반영하는 계수이다.  $v'(z(p)) = p$ 를 만족하는  $z(p)$ 를  $z_m$ 이라고 하면, 신용제약이 있는 경우 (즉  $\lambda w \bar{l}/p < z_m$ ) 에는  $\theta(\lambda) > 0$ 이고, 신용제약이 없는 경우 (즉  $\lambda w \bar{l}/p \geq z_m$ ) 에는  $\theta(\lambda) = 0$ 이다.

60) 취약계층 노동자가 생산성보다 높은 임금을 받더라도 노동공급을 줄이지 않는다고 가정한다. 노동공급을 변화시키더라도 취약계층 노동자의 소득 증가분보다 효용 증가분이 더 큰 것은 동일하게 성립한다.

61) 이는  $z < z_m$ 이면,  $p_z < v'(z)$ 라는 관계를 통해 보일 수 있다.

62) 이와 같은 논의는 노동자가 임계노동량보다 적은 노동량을 공급하여 신용제약상태에 있는 경우 (즉  $e'(l_m) > \lambda w$ ) 에도 적용될 수 있다.

## 2.1.2 사회적 가치

취약계층 고용의 성과를 두 가지<sup>63)</sup>로 한정한다. 첫째는 고용으로 인한 취약계층의 복지향상이고 이를 1차 사회적 가치라 한다. 둘째는 취약계층의 고용과 복지향상이 초래하는 긍정적 파급효과이고 이를 2차 사회적 가치라 한다. 1차 사회적 가치는 고용된 취약계층 노동자들의 효용의 변화로 측정한다. 2차 사회적 가치는 1차 사회적 가치의 일정비율 만큼 발생한다고 가정하고 그 비율을  $\eta \geq 0$ 로 나타낸다.<sup>64)</sup>

$L_r$ 은 일반노동자의 노동,  $L_d$ 는 취약계층 노동자의 노동이고 일반노동자와 취약계층 노동자는 노동생산성의 비율( $\lambda$ )로 대체가능하다고 가정하면, 실효노동은  $L = L_r + \lambda L_d$ 로 나타낼 수 있다. 기업의 생산함수  $f(L, K)$ 를  $L$ 의 함수로 볼 때 그 역함수를  $g(x, K)$ 라 하면  $g$ 는 조건부실효노동수요함수가 된다. 기업은 취약계층 노동자를 고용하여 이러한 실효노동을 달성하므로  $L_d(x, K) = g(x, K)/\lambda$ 라는 취약계층 노동자에 대한 조건부요소수요함수를 가지게 된다. 일반기업의 단기노동비용함수는  $c_p(x, w) = wg(x, K)$ 이고 취약계층 노동자에게  $w_d$ 의 임금을 지급하는 기업의 단기노동비용함수는  $c_s(x, w_d) = w_d g(x, K)/\lambda$ 이다. 이를 정리하면 다음

63) Haugh(2006)는 사회적 기업의 성과를 경제적 성과, 사회적 성과, 환경적 성과로 구분하였다. 경제적 성과 중 신규 일자리 증가와 임금수입 등은 직접적인 성과이고 기술 숙련도 증가, 취업기회의 증대, 현금흐름의 개선 등은 간접적인 성과이다. 사회적 성과 중 삶의 질 증대는 직접적인 성과이고 자신감 및 독립심 고취, 사회신뢰강화 등은 간접적인 성과이다. 일하기 좋은 지역으로의 변화는 직접적인 환경적 성과이며, 방문하고 싶은 지역, 살고 싶은 지역으로의 변화는 간접적인 환경적 성과에 해당한다. 심상달 외(2015)는 일자리 제공형 사회적 기업의 성과를 크게 세 가지로 분류하였다. 첫째, 취약계층이 사회적 기업에 취직하여 근로소득이 증대되는 경우, 소득 증가분이 사회적 성과에 해당한다. 둘째, 취약계층이 사회적 기업에 취직하여 그를 보호하던 가족이 경제활동에 참가할 수 있는 경우 취약계층 노동자 가족원의 소득 증가분도 사회적 성과에 해당한다. 마지막으로 사회적 기업의 고용계약이 만료된 후 취약계층이 유사직장에 취업하여 소득이 증가하는 경우의 소득 증가분도 사회적 성과에 해당한다.

64) 사회적 가치는 기업의 의사결정시 명시적으로 고려된다는 점에서 외부성과 구별된다. 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치를 동시에 고려하는 의사결정을 하는 것으로 알려져 있다. 사회적 비용(국민기초생활보장비용, 범죄나 사회적 불안의 증가 등)의 감소는 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치가 야기하는 긍정적 외부성으로 볼 수 있고, 긍정적 외부성은 정부나 민간단체가 사회적 기업을 지원하는 중요한 이유일 것이다.

과 같다.

$w$ : 일반노동자의 단위 노동당 임금률

$\lambda w$ : 취약계층 노동자의 단위 노동당 임금률

$w_d$ : 일자리 제공 기업 취약계층 노동자의 단위 노동당 임금률

$L_r(x, K) = g(x, K)$ : 일반노동자에 대한 조건부노동수요함수

$L_d(x, K) = \frac{g(x, K)}{\lambda}$ : 취약계층 노동자에 대한 조건부노동수요함수

$c_P = wL_r(x, K) = wg(x, K)$ : 일반기업의 단기노동비용함수

$c_S = w_d L_d(x, K) = w_d \frac{g(x, K)}{\lambda}$ : 일자리 제공 기업의 단기노동비용함수

1차 사회적 가치, 즉 고용에 따른 취약계층 노동자의 단위 노동당 복지향상은 취약계층 노동자의 임금 증가분을 이용하여  $(1+\theta)(w_d - \lambda w)$ 로 나타낼 수 있다. 단, 일자리 제공 기업이 취약계층 노동자에게 지급하는 임금은 일반기업이 일반노동자에게 지급하는 임금을 초과할 수 없다고 가정한다. 즉,  $w_d \in [\lambda w, \bar{w}]$ 이다 (단,  $\bar{w} < w$ ).

2차 사회적 가치를 반영하면, 취약계층 노동자의 고용으로부터 발생하는 사회적 가치는  $(1+\eta)(1+\theta)(w_d - \lambda w)$ 이다.  $\gamma$ 를 신용제약과 2차 사회적 가치 크기의 비율을 동시에 반영하는 계수로 가정하고  $(1+\eta)(1+\theta) = 1+\gamma$ 이 성립한다고 하면,  $L_d$ 의 취약계층 노동자를 고용하는 기업이 창출하는 사회적 가치는, 임의의 생산량  $x$ 에서 다음과 같다.

$$SV = (1+\gamma)(w_d - \lambda w)L_d = (1+\gamma)(w_d - \lambda w)\frac{g(x, K_S)}{\lambda}.$$

(단,  $K_S$ 는 일자리 제공 기업의 자본)

한편, 일자리 제공 기업이 생산하는 사회적 가치를 기업의 비용측면에서 접근할 수 있다. 일자리 제공 기업은 일반노동자를 고용하지 않고 취

약계층 노동자를 고용하여 동일한 생산을 위해 일반기업보다 더 많은 비용을 지불한다. 기업이 비용 측면의 불이익을 감수하면서 취약계층 노동자를 고용하는 이유는 비용 측면의 불이익을 상쇄하는 사회적 가치가 생산된다고 판단하기 때문인 것으로 볼 수 있다. 따라서 이러한 비용 상승분은 사회적 가치의 최솟값으로 이해할 수 있고 이를 이용하여 사회적 가치를 측정할 수 있다.<sup>65)</sup>

**정리 1** 일자리 제공의 사회적 가치는 기업이 취약계층 노동자를 고용하여 부담하게 되는 가변비용 상승분의  $(1+\gamma)$ 배와 동일하다. 즉, 임의의 생산량  $x$ 에서  $SV(x) = (1+\gamma)(c_S(x, K) - c_P(x, K))$ .

(증명) 부록 참조

## 2.2 사회서비스 제공의 사회적 가치

### 2.2.1 신용제약과 소비의 한계효용

모든 소비자는 준선형 선호관계를 가지며 소득 수준에 따라 두 집단으로 구분된다. 시장에는 사회서비스와 화폐, 두 재화가 있고 각각을  $x$ 와  $M$ 으로 나타내면, 소비자의 효용함수는  $U(x, M) = v(x) + M$ 이다. 일자리 제공의 사회적 가치에서와 마찬가지로 효용함수의 단조성과 볼록성을 가정하고, 기초적 필요 및 신용제약을 가정한다(가정 1 - 가정 3). 소비자의 수요는 임의의 가격  $p$ 와 소득수준  $I$ 가 주어질 때 예산제약 하의 다음과 같은 소비자 효용극대화 문제의 해를 구하여 얻어진다.

$$\max_{x, M} U(x, M) = v(x) + M \quad \text{s.t.} \quad px + M \leq I, \quad M \geq 0.$$

65) 일자리 제공에 한정하지 않고, 사회적 가치를 생산하기 위하여 추가적인 비용이 소요되는 모든 경우에 적용될 수 있다. 예를 들면, 환경오염을 줄이기 위하여 친환경 생산기술을 이용하는 경우 비용 증가분을 사회적 가치의 최솟값으로 환원할 수 있다.

한계편익 함수  $v'(x)$ 의 역함수를  $h(\cdot)$ 라고 쓰면 소득  $I$ 가 충분히 클 경우, 최적 소비는 가격과 한계편익이 일치하는 수준에서 결정된다 (즉  $p=v'(x)$ ). 즉, 최적 소비는  $h(p)=x$ 를 충족하는 수준인  $h(p)$ 로 결정된다. 그러나 소득  $I$ 가 위 소비수준을 지원하기에 부족하여  $I < ph(p)$ 가 성립하면, 최적 소비는 예산제약의 경계 값  $I/p$ 로 결정되고, 한계편익이 체감하므로 이러한 최적 소비점에서 한계편익은 가격보다 크다. 즉,  $v'(I/p) > p$ 이다. 소득이  $ph(p)$ 이하인 소비자들은 한계편익이 가격수준보다 높아서 돈을 빌려서 높은 한계편익을 실현하고자 할 것이나 이는 신용제약에 대한 가정으로부터 불가능하다. 즉, 신용제약상태에 있는 소비자의 한계편익은 수요곡선상의 가격(지불의사)보다 크다. 따라서 이러한 소비자의 수요곡선은 소비의 한계편익을 과소평가한다.

상위계층의 소득과 하위계층의 소득을 각각  $I_H$ 와  $I_L$ 로 쓰고 상위계층의 수요(가격)함수를  $p_H(x)$ 로 표시하고 하위계층의 수요(가격)함수를  $p_L(x)$ 로 표시한다. 이하에서는 상위계층을 일반소비자 그리고 하위계층을 취약계층 소비자라고 말할 것이다. 시장균형에서 일반소비자와 취약계층 소비자가 수요하는 사회서비스 양을 각각  $x_H^*$ 와  $x_L^*$ 이라고 하면, 소득이 충분히 큰 일반소비자는  $p^* = v'(x_H^*)$ 를 만족시키는 선택을 한다. 따라서 일반소비자의 수요곡선은  $p_H(x) = v'(x)$ 이다. 하지만, 소득이 충분히 크지 못해서 사회서비스를 원하는 만큼 누릴 수 없는 취약계층 소비자는 신용제약으로 인해서  $p^* < v'(x_L^*)$ 이 되는 선택을 하고 수요곡선은  $p_L(x) = I_L/x$ 가 된다. 즉, 신용제약이 존재하는 취약계층 소비자의 경우 사회서비스의 한계편익이 가격보다 높다.

<그림 2>는 사회서비스와 화폐 평면에서 일반소비자와 취약계층 소비자의 선택이 달라지는 것을 보여준다. 일반소비자는 사회서비스 소비로 인한 한계편익과 가격이 동일한 지점(C)에서 효용극대화가 이루어지는 선택을 하는 반면, 취약계층 소비자는 소비로 인한 한계편익이 가격보다 높은 지점(A)에서 효용극대화가 이루어지는 선택을 한다.  $I_M$ 은 한계편익과 가격이 같아지는 소득의 임계치를 나타낸다.

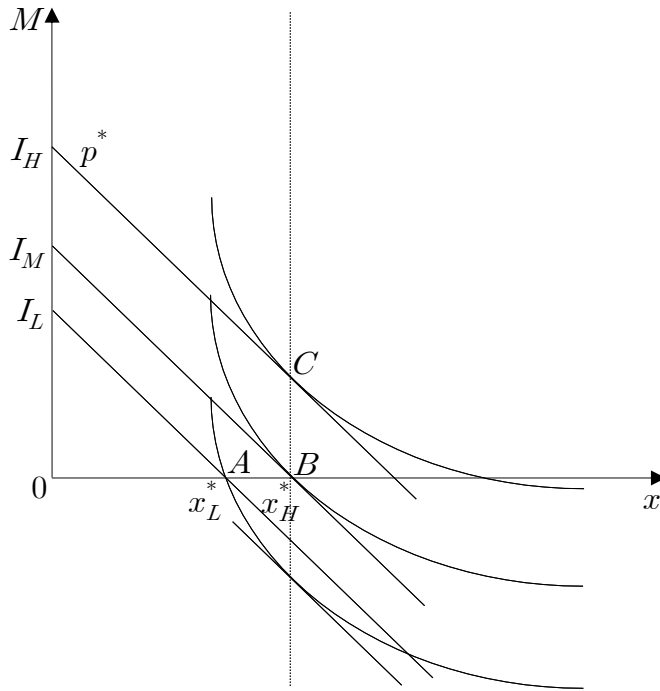


그림 2. 신용제약과 최적 소비: 사회서비스 제공

<그림 3>은 가격과 사회서비스 평면에 일반소비자와 취약계층 소비자의 수요곡선을 나타낸 것이다. 일반소비자의 수요곡선( $p_H$ )은 취약계층 소비자의 수요곡선( $p_L$ )보다 위쪽에 위치한다. 시장균형가격( $p^*$ )에서는 일반소비자와 취약계층 소비자는 각각  $C$ 와  $A$ 를 선택한다. 소비자잉여를 측정함에 있어서 신용제약이 없는 경우 소비자의 수요함수를 이용해서 측정하는 것이 일반적이다. 수요곡선 상에서 소비자의 한계편익과 가격이 일치하기 때문이다. 하지만, 신용제약상태에 있는 취약계층 소비자의 경우 해당 소비자의 수요함수를 이용하여 소비자잉여를 측정해서는 안 된다. <그림 3>에서 취약계층 소비자가  $A$ 를 선택하였지만  $A$ 점에서 취약계층 소비자의 한계편익은  $p^{**}$ 이므로  $A'$ 를 기준으로 소비자잉여를 측정해야 한다.

정리하면, 신용제약상태에 있는 취약계층 소비자의 경우 소비자잉여를 측정할 때 시장에서 관찰되는 취약계층 소비자의 수요곡선을 이용하는



것은 타당하지 않다. 취약계층 소비자가 사회서비스를 이용함으로써 누리는 후생이 과소평가되기 때문이다. 취약계층 소비자의 소비자잉여를 정확하기 측정하기 위해서는 취약계층의 수요곡선 대신에 한계편익과 가격이 일치하는 일반소비자의 수요곡선을 이용해야 한다.

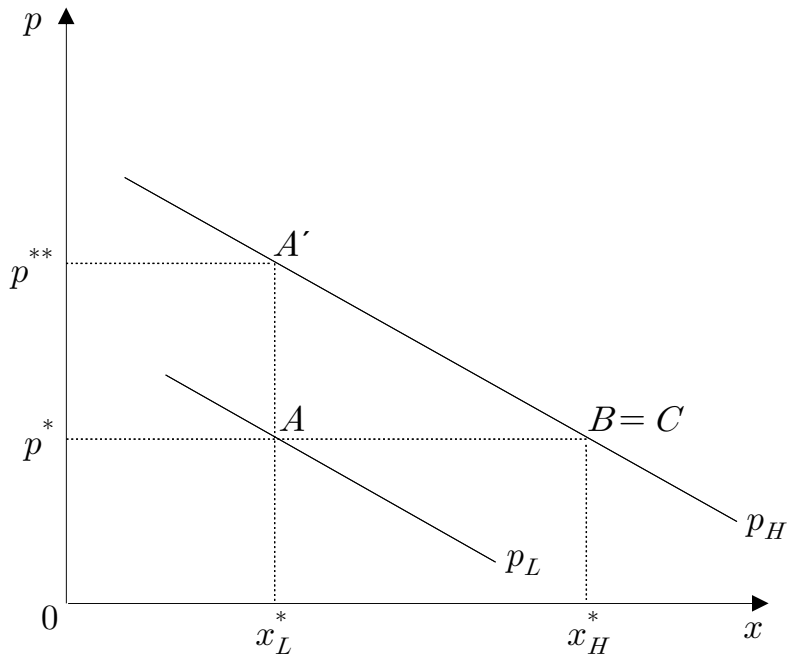


그림 3. 일반소비자와 취약계층 소비자의 수요곡선

## 2.2.2 사회적 가치

사회서비스 제공의 사회적 가치는 기업이 사회서비스를 제공함으로써 발생하는 소비자잉여이다. 사회서비스를 취약계층 소비자에게 제공하는 기업이 없다면 취약계층 소비자는 사회서비스를 이용할 수 없으므로 이러한 사회서비스 제공으로 발생하는 취약계층 소비자의 후생 증가가 사회서비스 제공 기업이 생산하는 사회적 가치라고 볼 수 있다. 취약계층 소비자의 수요곡선은 신용제약 때문에 한계편익을 올바르게 나타내지 못하므로 이들의 소비자잉여를 측정하기 위해서 일반소비자의 수요곡선을

이용해야 한다. 따라서 1차 사회적 가치를  $\int_0^{x_L} p_H(x)dx$ 로 나타낼 수 있다. 일자리 제공의 사회적 가치와 달리 사회서비스 제공의 사회적 가치 측정 시 신용제약의 정도를 반영하는 계수는 별도로 고려하지 않는다. 일반소비자의 수요곡선을 이용하는 과정에서 신용제약의 정도가 반영되기 때문이다.

사회서비스 제공은 일자리 제공에서와 같이 2차 사회적 가치를 동반한다. 보건 및 의료서비스 제공을 통한 취약계층의 건강상태 개선 및 생산성의 향상, 교육서비스 제공을 통한 취약계층의 생산성 향상, 정부가 제공하던 사회서비스를 기업이 대신 제공하면서 발생하는 정부의 지출 감소 등이 그 예이다. 일자리 제공의 경우와 마찬가지로 2차 사회적 가치의 크기는 정확한 측정이 어려우므로 양의 변수  $\eta$ 를 도입하여, 1차 사회적 가치에  $\eta$ 의 비율로 2차 사회적 가치가 발생한다고 가정한다. 사회서비스를 시장가격보다 낮은 가격으로 제공하는 경우에 발생하는 사회적 가치는 취약계층 소비자가 지불한 사회서비스 구입비용을 제외한 취약계층 소비자잉여의 증가이다. 무상으로 사회서비스를 제공한다면 구입비용은 따로 고려할 필요가 없다.

**정리 2** 사회서비스 제공의 사회적 가치는 기업이 무상으로 제공하는 사회서비스를 이용하여 얻게 되는 취약계층 소비자의 후생 증가로 나타낼 수 있다. 즉, 취약계층 소비자에게 제공되는 임의의 공급량  $x$ 에서 생산되는 사회적 가치는 다음과 같다.

$$SV(x) = (1 + \eta) \int_0^x p_H(x)dx.$$

## 제3장 사회적 기업에 대한 경제학적 분석<sup>66)</sup>

### 3.1 사회적 기업과 사회후생

이하에서는 사회적 기업과 영리기업이 수량경쟁을 하는 꾸르노 과점시장을 가정한다. 영리기업의 성과함수는 이윤이고 사회적 기업의 성과함수는 이윤과 사회적 가치의 가중 평균이라고 가정한다.<sup>67)</sup> 일자리 제공형 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치는 정리 1을 따르고, 사회서비스 제공형 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치는 정리 2를 따른다. 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치를  $\alpha$ 로 표시하면, 사회적 기업의 성과함수는  $U=(1-\alpha)\pi+\alpha SV$ 이다. 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치를 동시에 추구한다는 개념적 정의에 부합하도록 사회적 가치에 대한 가중치의 범위는 0보다 크고 1보다 작다고 가정한다 (즉  $\alpha \in (0,1)$ ). 사회적 가치에 대한 가중치가 0이 되면 사회적 기업은 영리기업과 같아지고 사회적 가치에 대한 가중치가 1이 되면 사회적 가치의 극대화를 추구하는 공기업 내지는 비영리기관과 같아지기 때문이다.

사회적 가치에 대한 가중치가 결정되는 방식에 대해서는 부분 민영화된 공기업의 목적함수를 다룬 Matsumura(1998)를 참고할 수 있다. Matsumura(1998)는 공기업에 대한 민간 자본의 비율을  $s \in [0,1]$ 라고 할 때 공기업의 의사결정에 민간 자본이 미치는 영향력, 즉 공기업의 의사결정 시 이윤을 고려해야 하는 정도  $\alpha(s)$ 는  $s$ 에 대하여 감소하지 않는 연속함수라고 가정한다 (단,  $\alpha(0)=0$ 이고  $\alpha(1)=1$ ). 이와 같은 맥락에서 사회적 기업이 이윤보다 사회적 가치에 얼마나 더 큰 비중을 부여하는지

---

66) 제3장 제1절과 제2절의 내용은 홍현우와 주병기(2016, 2017)의 주요결과를 정리한 것이다. 또한, 제3장 제3절의 내용은 조원기, 주병기, 홍현우(2018)의 제4장의 내용을 기초로 작성한 것임을 밝혀둔다.

67) 다양한 목적을 동시에 추구하는 기업의 성과함수는 혼합복점시장의 연구에서 쉽게 찾아볼 수 있다. Matsumura(1998), Matsumura and Kanda(2005)는 공기업의 목적함수를 이윤과 사회후생의 가중 평균으로 가정하였고, Kaneda and Matsui(2003), Kato and Tomaru(2007)는 이윤과 다른 목적을 동시에 추구하는 기업의 목적함수를 이윤과 다른 목적의 가중 평균으로 가정하였다.

는 사회적 기업의 이사회 구조 및 의사결정방식에 의해 결정된다고 할 수 있다. 사회적 기업 이사회의 참여범위에는 주주를 비롯하여 임원, 근로자 대표 등의 사내 이해관계자와 사회적 기업 활동의 수혜자, 지역사회관계자 등의 사외 이해관계자가 포함된다. 각 이해관계자들의 합의를 통하여 사회적 기업이 사회적 가치를 다루는 태도가 결정된다고 볼 수 있다.

사회적가치서베이<sup>68)</sup>는 사회적 기업을 대상으로 수익 창출 및 이윤극대화과 사회문제 해결 중 어느 활동에 더 방점을 두고 기업을 운영하는지에 대하여 10점 척도로 조사한다. 설문에 대한 사회적 기업의 응답이 해당 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치로 해석될 수 있다.

기존 연구에서는 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가 외생적으로 주어진다고 간주한다. 예를 들어, Chu(2015)가 제시한 취약계층 후생을 극대화하는 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치는 1로 외생적으로 주어진다. Besley and Ghatak(2017)도 사회적 가치에 대한 선호에 따라 사회적 성과로부터 얻는 효용이 상이하며 선호의 정도는 외생적으로 주어진다고 가정한다. 이하에서는 분석의 편의를 위해 사회적 가치에 대한 가중치는 외생적으로 주어진다고 가정한다.

### 3.1.1 일자리 제공형

#### 3.1.1.1 모형

과점시장에서 다른 기업들의 총생산량이  $\bar{X}$ 로 주어져 있고 시장수요함수가  $p(\cdot)$ 일 때, 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치의 가중 평균인 성과를 극대화하기 위하여 생산량, 일반노동자와 취약계층 노동자의 고용 수준 및 이들의 임금수준을 결정한다. 제2장 제1절 일자리 제공의 사회적 가치에서 사용한 표기를 이용하면, 사회적 기업의 성과극대화 문제는 다음과 같다.

---

68) 사회적가치연구원에서 국회의원, 사회적 기업, 일반국민, NGO(또는 NPO), 일반 기업을 대상으로 시행하는 설문조사이다.

$$\begin{aligned} \max_{\{x_S, L_r, L_d, w_d\}} & (1-\alpha)[p(x_S + \bar{X})x_S - wL_r - w_dL_d] + \alpha(1+\gamma)(w_d - \lambda w)L_d \\ \text{s.t. } & L_r + \lambda L_d = g(x_S), \quad \lambda w \leq w_d \leq \bar{w}. \end{aligned}$$

이러한 성과극대화 문제를 풀면 정리 3을 얻는다.

**정리 3**  $\alpha \geq \frac{1}{2+\gamma}$ 이면 사회적 기업은 취약계층 노동자만을 고용하고 그들에게 최대한의 임금을 지불한다.

(증명) 부록 참조

사회적 기업이 사회적 가치에 대해서  $1/(2+\gamma)$ 이상의 가중치를 부여한다는 것은 신용제약의 정도와 2차 사회적 가치의 크기를 반영하여 이윤보다 사회적 가치를 일정 수준 이상으로 중요하게 여긴다는 것을 뜻한다. 사회적 가치를 이윤보다 중요하게 여기므로 사회적 가치 생산에 소요되는 한계비용보다 사회적 가치로부터 얻게 되는 한계성고가 더 클 것이다. 따라서 사회적 기업은 사회적 가치 생산을 위해 취약계층 노동자에 대한 임금을 올리고 취약계층 노동자만을 고용하는 것으로 이해할 수 있다.

하지만, 현실적으로 사회적 기업은 일반노동자와 취약계층 노동자를 모두 고용한다.<sup>69)</sup> 지속가능성을 위해 일정수준 이상의 이윤을 확보해야 하므로 취약계층 노동자의 고용수준과 임금수준을 조정한 결과로 이해할 수 있다.

본 연구의 주요 결론에서 사회적 가치에 대한 가중치가  $1/(2+\gamma)$ 이상이 될 것을 요구하므로 분석의 편의를 위해 사회적 기업은 취약계층 노동자만을 고용하는 것으로 가정한다. 따라서 정리 1과 정리 3을 이용하

69) 사회적 기업의 자율경영공시자료를 통해, 많은 사회적 기업들이 일반근로자와 취약계층 근로자를 동시에 고용하고 있음을 알 수 있다.

면, 사회적 기업의 성과극대화문제는 다음과 같다.

$$\max_{x_s} (1-\alpha)(p(x_s + \bar{X})x_s - w_d \frac{g(x_s, \bar{K}_s)}{\lambda}) + \alpha(1+\gamma)(c_s(x_s) - c_p(x_s)).$$

시장 수요함수  $p=p(X)$ 는 우하향하고 이계미분이 가능한 일반적인 형태이다. 시장에서  $n$ 개의 영리기업과  $m$ 개의 사회적 기업이 꾸르노 수량 경쟁을 한다. 영리기업  $i$ 의 비용함수는  $C_{P,i}(x) = c_{P,i}(x) + F_{P,i}$ , 사회적 기업  $j$ 의 비용함수는  $C_{S,j}(x) = c_{S,j}(x) + F_{S,j}$ 이다. 영리기업 간, 사회적 기업 간 동질성을 가정하면 각 기업의 비용함수는  $C_{P,i}(x) = C_P(x) = c_P(x) + F_P$ 이고  $C_{S,j}(x) = C_S(x) = c_S(x) + F_S$ 이다.  $c(x)$ 는 가변비용함수로 단조증가하고 한계가변비용은 체증한다. 증가와 체증의 정도는 사회적 기업의 가변비용함수가 더 크다. 즉,  $c_S'(x) > c_P'(x)$ 이고  $c_S''(x) > c_P''(x)$ 이다.  $F$ 는 고정비용으로 사회적 기업의 고정비용이 영리기업의 고정비용보다 크거나 같다.<sup>70)</sup> 즉,  $F_S \geq F_P$ 이다.

영리기업  $i$ 는 시장에 공급할 수량  $x_{P,i}$ 를 결정하고, 사회적 기업  $j$ 는 시장에 공급할 수량  $x_{S,j}$ 를 결정한다. 이하에서 사용할 수량들에 대한 표

기는  $X = \sum_{i=1}^n x_{P,i} + \sum_{j=1}^m x_{S,j}$ ,  $X_{-i} = X - x_{P,i}$ ,  $X_{-j} = X - x_{S,j}$ 와 같다.

영리기업은 이윤성과를 극대화하는 선택을 한다. 즉, 영리기업  $i$ 는  $\pi_{P,i}(x_{P,i}) = p(X)x_{P,i} - C_P(x_{P,i})$ 를 극대화시키는  $x_{P,i}$ 를 선택한다. 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치를 동시에 고려하는 성과를 극대화한다. 즉, 사회적 기업  $j$ 는  $U_{S,j}(x_{S,j}) = (1-\alpha)[p(X)x_{S,j} - C_S(x_{S,j})] + \alpha SV(x_{S,j})$ 를 극대화시키는  $x_{S,j}$ 를 선택한다. 사회적 기업마다 사회적 가치에 부여하는 가중치가 다를 수 있지만, 모든 사회적 기업은 동일한 크기의 가중치를

70) 장애인을 고용하는 경우에는 장애인을 위한 편의시설을 추가로 설치하는 것이 필요하다. 하지만, 신체결함이 없는 취약계층(가구 월평균 소득이 일정수준 이하인 자, 성매매피해자, 북한이탈주민, 경력단절여성, 범죄피해자 등)을 고용하는 경우에는 일반 노동자를 고용하는 경우와 비교하여 고정비용이 높을 이유가 없다.

찾는다고 가정한다.

각 기업들이 생산하는 재화는 전략적 대체성을 가진다고 가정한다. 영리기업  $i$ 의 최적대응함수를  $R_i(X_{-i}) = \arg \max_{\{x_{P,i} \geq 0\}} U(x_{P,i}, X_{-i})$ , 사회적 기업  $j$ 의 최적대응함수를  $R_j(X_{-j}) = \arg \max_{\{x_{S,j} \geq 0\}} U(x_{S,j}, X_{-j})$ 로 표시하면, 각 기업의 최적대응함수의 일계도함수는 음의 값을 가진다.

$$R'_i(X_{-i}) = -\frac{p''x_{P,i} + p'}{p''x_{P,i} + 2p' - c_P''} < 0;$$

$$R'_j(X_{-j}) = -\frac{p''x_{S,j} + p'}{p''x_{S,j} + 2p' - c_S'' + \frac{\alpha(1+\gamma)(c_S'' - c_P'')}{1-\alpha}} < 0.$$

각 기업의 성과극대화 일계조건이 만족한다고 하면 최적대응함수의 일계도함수로부터 식 (1)이 얻어진다.

$$p''x_{P,i} + p' < 0; \quad p''x_{S,j} + p' < 0. \quad (1)$$

이하에서는 각 기업의 성과극대화 일계조건과 이계조건이 만족된다고 가정한다. 마지막으로 사회후생은 소비자잉여, 생산자잉여, 사회적 가치의 총합으로 다음과 같이 주어진다.

$$SW = \int_0^X p(x)dx - \sum_{i=1}^n C_P(x_{P,i}) - \sum_{j=1}^m C_S(x_{S,j}) + \sum_{j=1}^m SV(x_{S,j}).$$

### 3.1.1.2 주요결과

사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향을 분석하기 위해서  $(n+m)$ 개의 영리기업만 존재하는 경우와  $n$ 개의 영리기업과  $m$ 개의 사회적 기업이 공존하는 경우의 사회후생을 비교한다. 후자의 경우의 사회후생이 더

큰 것으로 나타나면, 사회적 기업이 사회후생을 개선시킨다고 말할 수 있다.

**정리 4** 영리기업과 사회적 기업의 고정비용이 동일하거나 그 차이가 충분히 작은 경우, 사회적 기업은 사회후생을 개선시킬 수 있다. 즉,  $1/(2+\gamma)$ 이상의 어떤 가중치  $\alpha$ 가 존재하여 이러한 가중치를 가지는 사회적 기업이 있는 경우가 동수의 영리기업만 존재하는 경우보다 더 높은 사회후생을 달성한다. 반면, 고정비용 격차가 큰 경우 사회적 기업의 사회후생 개선 여부는 고정비용 격차의 크기, 신용계약으로 인한 취약계층 노동자와 일반노동자의 한계편익 격차의 크기 및 2차 사회적 가치의 크기에 좌우된다.

(증명) 부록 참조

사회적 가치에 대한 가중치가  $1/(2+\gamma)$ 보다 크고 적절한 수준이라고 가정하면 고정비용의 차이가 존재하지 않는 경우, 사회적 기업은 사회후생을 개선시킨다. 하지만, 고정비용의 차이가 존재하는 경우 고정비용의 차이만큼 사회후생이 감소하므로 고정비용 차이의 크기, 취약계층이 처한 신용계약의 정도 및 2차 사회적 가치의 크기에 따라서 사회적 기업은 사회후생을 증가시킬 수도 있고 악화시킬 수도 있다.

한편, 사회적 가치에 대한 가중치가 너무 높아지면 사회후생에는 부정적으로 작용할 수 있다. 사회적 가치에 대한 가중치가 커질수록 사회적 기업의 생산량은 증가하고 영리기업의 생산량은 감소한다.<sup>71)</sup> 사회적 기업들의 총공급량 증가분이 영리기업들의 총공급량 감소분보다 크기 때문에 시장의 총공급량은 증가한다. 즉, 사회적 기업이 사회적 가치를 생산하는 과정에서 과점시장의 과소공급 문제가 완화되어 소비자잉여는 증가한다. 사회적 가치의 생산과 소비자잉여의 증가는 사회후생에 긍정적으로 작용한다. 하지만, 사회적 기업의 생산량이 증가하면서 영리기업과 사

71) 개별 기업의 생산량의 변화 정도는 시장에 존재하는 영리기업과 사회적 기업의 개수에 따라 달라진다(정리 4의 증명 참고).



회적 기업의 이익이 모두 감소하므로 생산자잉여는 감소한다. 위와 같이 사회적 가치에 대한 가중치 증가는 사회후생에 두 가지 상반되는 효과를 가져오므로 사회후생에 미치는 효과에 대해서 일반적인 결론을 얻을 수 없다. 다만, 시장수요곡선이 완만하고(탄력적이고), 한계비용의 증가 속도가 크고, 신용제약의 정도와 2차 사회적 가치의 크기가 작을수록 사회적 가치에 대한 가중치가 일정 수준 이상을 초과할 때 사회후생이 악화될 가능성이 높아진다.

한편, 사회후생이 증가하더라도 사회적 기업이 양의 이윤을 얻지 못하며 외부의 지원 없이는 사회적 기업이 지속될 수 없다. 즉, 사회적 기업의 사회후생 개선효과는 지속될 수 없다. 따라서 사회후생과 지속가능성은 함께 고려되어야 한다.

사회적 기업이 여러 기간에 걸쳐 존재하는 동태적인 모형을 가정하면, 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향은 긍정적으로 평가될 여지가 증가한다. 고정비용이 1기에만 소요된다면 1기에는 고정비용의 차이만큼 사회후생이 감소하지만, 2기 이후부터는 고정비용의 차이가 존재하지 않는 경우와 동일해져서 사회후생이 증가할 수 있기 때문이다. 따라서 1기의 사회후생 감소분(고정비용의 차이), 2기 이후의 사회후생 증가분, 시간할인을 등을 종합적으로 고려하여 사회후생에 미치는 영향을 판단해야 한다.

### 3.1.2 사회서비스 제공형

#### 3.1.2.1 모형

사회서비스 제공의 사회적 가치에서 가정한 것처럼 소비자는 소득 수준에 따라서 일반소비자와 취약계층 소비자로 구분되고 취약계층 소비자는 소득이 부족하여 대부분의 가격에서 사회서비스 수요가 0에 가깝다고 가정한다. 즉, 취약계층 소비자는 시장에서 배제되고 일반소비자만이 시장에서 사회서비스를 구매한다. 일반소비자의 수요함수를  $p_H(x)$ 로 표시

하고, 이들은 신용계약으로부터 자유롭기 때문에 수요곡선 상의 가격에 한계편익과 일치한다. 시장에서  $n$ 개의 영리기업과  $m$ 개의 사회적 기업이 꾸르노 수량경쟁을 한다. 사회적 기업과 영리기업은 동등한 기술을 가지며 모든 기업의 비용함수는  $C(x)$ 로 동일하다. 비용함수는 단조증가하고 한계비용은 체증한다. 즉,  $C'(x) > 0$ 이고  $C''(x) > 0$ 이다.

영리기업  $i$ 는 일반소비자에게 공급할 수량  $x_{HP,i}$ 을 결정하고 사회적 기업  $j$ 는 일반소비자와 취약계층 소비자에게 공급할 수량  $x_{HS,j}$ 와  $x_{LS,j}$ 를 결정한다. 이하에서 사용할 수량들에 대한 표기는

$$X_H = \sum_{i=1}^n x_{HP,i} + \sum_{j=1}^m x_{HS,j}, \quad X_L = \sum_{j=1}^m x_{LS,j}, \quad X_{-i} = X_H - x_{HP,i},$$

$X_{-j} = X_H - x_{HS,j}$ 와 같다. 영리기업  $i$ 는 이윤성과를 극대화하는  $x_{HP,i}$ 를 선택한다. 사회적 기업  $j$ 는 이윤과 사회적 가치의 가중 평균을 극대화하는  $x_{HS,j}$ 와  $x_{LS,j}$ 를 결정한다. 또한, 모든 사회적 기업은 사회적 가치에 대한 동일한 크기의 가중치를 갖는다고 가정한다.

영리기업  $i$ 의 최적공급량  $x_{HP,i}$ 이 다른 기업들의 총공급량  $X_{-i}$ 의 감소함수이고 사회적 기업  $j$ 의 최적공급량  $x_{HS,j}$ 도 다른 기업들의 총공급량  $X_{-j}$ 의 감소함수라고 가정한다. 즉, 기업들이 생산하는 서비스들 사이에 전략적 대체재의 관계가 존재한다. 이를 영리기업  $i$ 와 사회적 기업  $j$ 의 최적대응함수  $R_i(X_{-i}) = \arg \max_{\{x_{HP,i} \geq 0\}} U(x_{HP,i}, X_{-i})$ 와  $R_j(X_{-j}) = \arg \max_{\{x_{HS,j} \geq 0\}} U(x_{HS,j}, X_{-j})$ 를 이용하여 표시하면, 각 기업의 최적대응함수의 일계도함수는 음의 값을 갖는다.

$$R'_i(X_{-i}) = - \frac{p_H'' x_{HP,i} + p_H'}{p_H'' x_{HP,i} + 2p_H' - C''} < 0;$$

$$R'_j(X_{-j}) = - \frac{p_H'' x_{HS,j} + p_H'}{p_H'' x_{HS,j} + 2p_H' - C''} < 0.$$

영리기업과 사회적 기업의 성과극대화 이계조건이 만족한다고 가정하

면, 전략적 대체재 가정은 식 (2)와 같이 단순화된다.

$$p_H'' x_{HP,i} + p_H' < 0; \quad p_H'' x_{HS,j} + p_H' < 0. \quad (2)$$

일자리 제공형 사회적 기업의 논의에서처럼 이하에서는 성과극대화 일계조건과 이계조건이 모두 만족된다고 가정하고, 사회후생은 소비자잉여, 생산자잉여, 사회적 가치의 총합으로 다음과 같이 주어진다.

$$SW = \int_0^{X_H} p_H(x) dx - \sum_{i=1}^n C(x_{HP,i}) - \sum_{j=1}^m C(x_{HS,j} + x_{LS,j}) \\ + (1+\gamma) \int_0^{X_L} p_H(x) dx.$$

사회서비스 제공형 사회적 기업은 취약계층에게 사회서비스를 시장가격 (또는 한계비용) 보다 낮은 가격으로 제공하거나 무상으로 제공하는 경우로 나뉠 수 있지만 편의상 무상으로 제공하는 경우를 분석한다. 다만, 아래의 분석을 통하여 유상으로 제공하는 경우에도 무상으로 제공하는 경우와 비슷한 결과가 도출될 것임을 유추할 수 있다.<sup>72)</sup> 하지만, 무상으로 제공하는 경우에 비해서 유상으로 제공하는 경우의 사회적 가치가 작기 때문에 사회적 기업이 취약계층에게 제공하는 사회서비스량은 작아질 것이다.

### 3.1.2.2 주요결과

첫 번째 결과는 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치가 영리

---

72) 사회적 기업이 취약계층 소비자에게 시장가격보다 낮은 가격으로 사회서비스를 제공하는 경우, 취약계층 소비자가 일반소비자에게 되팔아서 차익을 실현할 수 있는지 문제된다. 전매가 불가능하다는 가정을 하지 않더라도 취약계층 소비자가 구매하는 사회서비스량이 일반소비자가 구매하는 사회서비스량보다 작다면, 취약계층 소비자의 한계편익이 시장가격보다 높을 것이고 취약계층 소비자는 전매를 할 유인이 없기 때문에 차익실현의 문제는 발생하지 않는다.

기업과 사회적 기업의 의사결정에 미치는 영향에 대한 것이다.

**정리 5** 사회적 기업이 사회적 가치에 높은 가중치를 부여할수록 일반소비자에게 공급하는 양은 감소하나 취약계층 소비자에게 공급하는 양은 증가하여 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치는 증가한다. 한편, 영리기업이 일반소비자에게 공급하는 양은 증가하나 모든 기업이 일반소비자에게 공급하는 총량은 감소하여 일반소비자의 총 편익은 감소한다.

(증명) 부록 참조

사회적 기업이 사회적 가치에 높은 가중치를 부여할수록 일반소비자에게 사회서비스를 공급하면서 얻는 이윤보다 취약계층 소비자에게 사회서비스를 공급함으로써 발생하는 사회적 가치로부터 얻는 성과가 더 커진다. 따라서 사회적 기업은 이윤이 감소하더라도 일반소비자에게 공급하는 양을 줄이고 취약계층 소비자에게 공급하는 양을 증가시켜 성과를 극대화한다. 그 결과 영리기업들이 일반소비자에게 공급하는 양은 증가하지만, 사회적 기업들이 공급하는 양의 감소분이 영리기업들이 공급하는 양의 증가분보다 더 크기 때문에 일반소비자에 대한 총공급량은 줄어든다. 즉, 사회적 가치는 일반소비자의 편익 감소를 대가로 창출된다.

한계비용이 일정하다면 사회적 기업은 일반소비자들에게 영리기업과 같은 양을 공급하여 이윤을 극대화한다. 따라서 사회적 기업이 존재하여도 일반소비자에게 공급되는 총량은 변하지 않고 일반소비자의 후생은 변하지 않는다. 사회적 기업은 사회적 가치에 대한 가중치를 반영하여 취약계층 소비자에게 공급하는 양을 결정한다.

사회서비스 제공형 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향을 분석하기 위해 일자리 제공형 사회적 기업 분석에서 사용한 방식을 이용하면 정리 6을 얻는다.

**정리 6** 영리기업만 존재하는 과점시장의 사회후생보다 영리기업과 사회

적 기업이 공존하는 과점시장의 사회후생이 더 높은 경우가 반드시 존재한다.

(증명) 부록 참조

사회서비스 제공형 사회적 기업이 사회적 가치에 대해서 적절한 가중치를 부여하는 경우 사회후생을 증가시킬 수 있다. 사회적 기업으로 인해 일반소비자의 후생은 감소하지만, 사회서비스로부터 큰 효용을 누릴 수 있음에도 불구하고 소득이 부족하여 사회서비스를 이용하지 못하는 취약계층 소비자의 후생이 더 크게 증가하기 때문이다. 다만, 일자리 제공형 사회적 기업의 경우처럼 사회적 가치에 대한 가중치가 지나치게 크면 사회적 기업은 지속가능성을 잃고 사회후생은 감소할 수 있다. 사회적 기업이 사회적 가치를 생산하는 과정에서 취약계층 소비자의 후생과 영리기업의 이윤은 증가하지만, 일반소비자의 후생과 사회적 기업의 이윤이 감소하므로 사회후생의 증감여부는 상반된 효과의 크기에 따라서 결정된다.<sup>73)</sup>

## 3.2 사회적 기업에 대한 지원

### 3.2.1 사회적 성과 지원금의 의의

제3장 제1절에서는 일자리 제공형 사회적 기업과 사회서비스 제공형 사회적 기업이 사회후생을 개선시킬 수 있음을 보였다. 하지만, 사회적 기업의 존재만으로 사회후생이 개선되는 것은 아니고, 사회적 기업이 사회적 가치를 적절하게 생산하는 것이 필요하다. 사회적 가치 생산이 최적 수준이 아닌 경우, 즉 사회적 가치에 대한 가중치가 적절하지 않은 경우에는 사회후생은 악화된다. 따라서 사회적 기업이 사회적으로 최적인 사

---

73) 기업들의 한계비용이 일정하다면, 사회후생의 증감여부는 취약계층 소비자잉여의 증가분과 사회적 기업의 이윤감소분의 크기에 따라 결정된다.

회적 가치를 생산하도록 하는 정책적 수단이 필요하다.

정책적 수단으로 사회적 기업이 생산하는 사회적 성과에 대한 금전적 지원을 생각해 볼 수 있다. 사회적 성과 지원금은 사회적 가치를 화폐단위로 평가하고 보상해주는 방식으로 사회적 기업의 의사결정에 영향을 줌으로써 사회적 가치 생산량을 변화시키고 사회후생을 개선시키는 역할을 할 수 있다. 이하에서는 사회적 성과 지원금을 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치에 비례하여 지급하는 것으로 이해하고 다음의 형태를 가정한다.

$$\text{사회적 성과 지원금} = \beta SV.$$

(단,  $\beta$ 는 사회적 성과에 대한 보상비율)

사회적 성과 지원금은 사회적 기업에게만 제공될 수도 있고 사회적 가치를 생산하는 모든 기업에게 제공될 수도 있다. 사회적 성과 지원금이 기업의 의사결정과 사회후생에 미치는 영향을 다음 소절에서 살펴본다.

### 3.2.2 사회적 성과 지원금의 경제적 효과

사회적 성과 지원금의 경제적 효과에 대해서 일자리 제공형 사회적 기업 모형을 대상으로 살펴본다.<sup>74)</sup>

사회적 성과 지원금이 도입되면 영리기업도 취약계층을 고용하여 지원금을 통한 이윤 창출의 기회가 제공된다. 따라서 영리기업의 문제는 일반노동자와 취약계층 노동자의 고용량을 결정하여 이윤을 극대화하는 문제로 다음과 같다.

$$\begin{aligned} \max_{\{x_P, L_r, L_d, w_d\}} & [p(x_P + \bar{X})x_P - w_r L_r - w_d L_d] + \beta(1 + \gamma)(w_d - \lambda w)L_d \\ \text{s.t. } & L_r + \lambda L_d = g(x_P), \quad \lambda w \leq w_d \leq \bar{w}. \end{aligned}$$

74) 사회서비스 제공형 사회적 기업에 대해서도 같은 방식의 분석을 통해 유사한 결론을 얻을 수 있다.

여기서  $p(x_p + \bar{X})$ 는 이 기업이  $x_p$ 를 생산하고 다른 기업이  $\bar{X}$ 를 생산할 때의 시장가격이다.  $x_p$ 가 주어진 경우, 영리기업의 성과극대화 문제를 풀면 다음과 같은 결과를 얻을 수 있다.

사회적 성과에 대한 보상비율  $\beta$ 가  $1/(1+\gamma)$ 보다 클 때는, 영리기업은 취약계층 노동자만을 고용하고 사회적 가치를 최대한 창출하는 임금( $\bar{w}$ )을 지급한다 (즉  $w_d = \bar{w}$ ,  $L_r = 0$ ,  $L_d = g(x_p)/\lambda$ ). 사회적 성과에 대한 보상비율  $\beta$ 가  $1/(1+\gamma)$ 미만이면 취약계층 노동자만을 고용하되 한계생산에 해당하는 임금을 지급하거나 취약계층 노동자를 고용하지 않고 일반노동자만을 고용하게 되어, 영리기업에 의한 사회적 가치 창출은 일어날 수 없다 (즉  $w_d = \lambda w$  또는  $L_d = 0$ ). 마지막으로 보상비율  $\beta$ 가  $1/(1+\gamma)$ 이고  $\gamma=0$ 인 경우, 일반노동자를 고용하는 것과 취약계층 노동자를 고용하고  $\lambda w$ 와  $\bar{w}$ 사이에서 어떤 임금을 지급하더라도 영리기업의 입장에서는 무차별하게 된다. 따라서 영리기업에게 지원금을 제공하여 사회적 가치 생산을 유도하기 위해서는 사회적 가치에 대한 보상비율  $\beta$ 가  $1/(1+\gamma)$ 이상이어야 한다.

사회적 기업의 입장에서 사회적 성과 지원금은 이윤을 높이는 역할을 하므로 성과함수는  $U_S = (1-\alpha)[\pi_S + \beta SV(x_S)] + \alpha SV(x_S)$ 로 변한다. 이를 다시 쓰면,  $U_S = (1-\alpha)\pi_S + [(1-\alpha)\beta + \alpha]SV(x_S)$ 이다. 따라서 사회적 성과 지원금은  $\beta > 0$  ( $\beta < 0$ ) 일 때 사회적 기업이 사회적 가치에 대하여 더 높은 (낮은) 가중치를 갖는 것처럼 행동하게 만든다.

이하에서는 사회적 기업에게만 사회적 성과 지원금이 제공되는 경우(75)76)에 한하여 사회적 성과 지원금이 사회후생에 미치는 영향을 분석

75) 공기업과 민간기업에 대한 정부의 지원이 사회후생에 미치는 영향을 분석한 연구들은(White, 1996; Tomaru, 2006)은 정부의 지원이 기업에게 온전하게 이전됨을 전제로 정부의 지원이 사회후생에 직접적으로 영향을 주지는 못하지만 지원을 통해 기업들의 의사결정을 바꾸어 간접적으로 사회후생에 영향을 준다고 하였다. 본 논문에서도 같은 방식으로 분석을 하였으나, 정부가 지원을 위한 재원 마련을 해야 한다면 초과부담의 문제가 발생함에 유의해야 한다.

76) 우리나라의 경우, 정책적으로 등록된 예비 사회적 기업과 인증 사회적 기업에게만

한다.

앞에서 살펴본 바와 같이 사회적 성과 지원금은  $\beta > 0$  ( $\beta < 0$ ) 일 때 사회적기업의 사회적 가치에 대한 가중치를 높이는 (낮추는) 역할을 한다. 사회후생을 극대화하는 사회적 가치에 대한 가중치를  $\alpha^*$ 라 하면 **정리 4**에 따라  $1/(2+\gamma) < \alpha^*$ 이 성립한다. 사회적 기업의 가중치  $\alpha$ 가 최적 가중치  $\alpha^*$ 와 다를 때 사회적 성과의 보상비율을 조정하여 사회적 기업이 사회적 가치에 대하여 최적의 가중치를 부여하고 있는 것처럼 행동하도록 만들 수 있다.

**정리 7** 사회적 성과 지원금이 사회적 기업에게만 제공되는 경우, 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치  $\alpha$ 가 사회적 최적 가중치  $\alpha^*$ 와 다를 때, 사회적 성과에 대한 보상비율을 다음의  $\beta^*$ 로 조정하여 사회후생을 극대화할 수 있다.

$$\beta^* = \frac{\alpha^*}{1-\alpha^*} - \frac{\alpha}{1-\alpha}.$$

(증명) 부록 참조

사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가 최적 수준이 아닌 경우 (즉  $\alpha \neq \alpha^*$ ), 사회적 성과 지원금은 사회적 기업의 사회적 가치에 가중치가 변화한 것과 같은 효과를 통해서 최적의 사회후생을 달성하도록 도와준다. 사회적 가치가 과소 생산된 경우에는  $\beta > 0$ 인 지원을, 사회적 가치가 과다 생산된 경우에는  $\beta < 0$ 인 부(負)의 지원 (즉 벌금)을 통하여 사회후생을 개선시킬 수 있다.

사회적 성과 지원금을 사회적 기업에게만 제공하는 것이 사회적 기업과 영리기업 모두에게 제공하는 것보다 항상 좋은 것은 아니다. 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가 낮아서 사회적 가치가 충분히 생산

---

금전적인 지원을 하고 있다. 정부지원기준은 사회적 기업의 참여근로자 인건비(최저 임금기준)를 기준으로 한다는 점에서 본 논문에서 고려하는 지원방식과 차이가 있다.



되지 못하는 경우, 영리기업에게도 사회적 성과 지원금을 제공하여 더 높은 사회후생을 달성할 수 있다. 이는 다음 예시를 통해서 알 수 있다.

**예시 1** 영리기업과 사회적 기업의 고정비용이 동일하고  $\alpha = (2\alpha^* + \alpha^*\gamma - 1)/(\alpha^* + \gamma)$ 일 때,  $1/(1+\gamma)$ 이상의  $\beta$ 에 대하여 사회적 성과 지원금을 사회적 기업에만 제공하는 것보다 영리기업에도 제공하는 것이 더 높은 사회후생을 달성하는 경우가 존재한다.

(증명) 부록 참조

예시 1은 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가 낮아서 사회적 가치가 충분히 생산되지 못하는 경우, 영리기업도 사회적 가치를 생산하도록 유도하여 사회후생을 높일 수 있음을 보여준다. 반면, 사회적 기업이 충분한 사회적 가치를 생산하고 있는 경우, 영리기업에게도 사회적 가치를 생산할 유인을 제공하는 것은 사회적 가치의 과다생산을 야기하므로 사회후생에 부정적으로 작용할 수 있다. 즉, 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치에 따라서 사회적 성과 지원의 대상이 달라져야 한다.

### 3.3 사회적 기업의 지속가능성: 일자리 제공형

제3장 제1절에서는 사회적 기업이 사회후생을 개선시킬 수 있음을 보여서 사회적 기업이 우리 사회에 필요함을 보였다. 하지만, 사회후생을 개선시키는 사회적 기업이 경쟁시장에서 지속될 수 있는지, 즉 양의 이윤을 획득할 수 있는지에 대해서는 구체적으로 논의하지 않았다. 사회적 기업의 지속가능성이 담보되지 않으면, 사회적 기업에 대한 앞 절의 연구 결과들은 의미가 퇴색된다. 따라서 제3절에서는 사회적 기업의 지속가능성 여부를 일자리 제공형 사회적 기업에 한하여 살펴본다.<sup>77)</sup>

77) 사회서비스 제공형 사회적 기업에 대해서도 같은 논의가 필요하며 같은 방식의 분석

### 3.3.1 모형

혼합과점 시장에 관한 선행연구(De Fraja and Delbono, 1989; White, 1996; Matsumura and Tomaru, 2013 등)에서 자주 사용되는 선형수요함수와 이차비용함수를 가정한다. 즉, 수요함수는  $p(Q) = a - Q$ 이며 영리기업과 사회적 기업의 비용함수는 각각 다음과 같다.<sup>78)</sup>

$$C_P(q) = \frac{1}{2}kq^2 + F_P; \quad C_S(q) = \frac{1}{2}(1+b)kq^2 + F_S.$$

$F_P$ 와  $F_S$ 는 각각 영리기업과 사회적 기업의 고정비용을 의미한다.  $b$ 는 사회적 기업이 취약계층 노동자를 고용함으로써 감내하는 가변비용의 증가를 반영하는 계수이다. 정리 1을 이용하여 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치를 나타내면 다음과 같다.

$$SV(q) = \frac{(1+\gamma)bkq^2}{2}.^{79)}$$

이하에서는 제3장 제1절에서 제시한 일자리 제공형 사회적 기업의 모형을 이용한다. 시장에 존재하는 영리기업의 수는  $(n-m)$ 개이고, 사회적 기업의 수는  $m$ 개이다. 영리기업의 목적함수는 이윤이고, 사회적 기업의 목적함수는 이윤과 사회적 가치의 가중 평균이다. 사회후생은 소비자잉여, 생산자잉여, 사회적 가치의 합으로 이뤄진다. 영리기업 간 비용함수는 동일하고, 사회적 기업의 경우 비용함수는 물론이고 사회적 가치에

---

을 진행하는 것이 가능하다.

78) 제3장 제1절에서 언급한 것처럼 수요함수와 비용함수의 형태가 변하면 사회적 가치에 대한 가중치와 사회후생의 관계가 변할 수 있다. 따라서 본 절의 논의가 사회적 기업이 존재하는 모든 시장에 적용될 수 없음에 유의해야 한다.

79) 사회적 기업이 취약계층에게 지급하는 임금이 일반근로자의 임금수준보다 높아서는 안 된다고 가정하면, 사회적 기업의 비용함수에서  $b$ 의 범위는  $[0, (1-\lambda)/\lambda]$ 이 된다 (단,  $\lambda$ 는 취약계층 근로자의 생산성이 일반 근로자에 비하여 낮은 정도를 표시함).

대한 가중치도 동일하다. 마지막으로 각 기업은 균형에서 양의 생산을 한다고 가정한다 (내부해에 대한 가정).<sup>80)</sup>

### 3.3.2 주요결과

꾸르노 경쟁을 통한 균형에서 각 기업의 생산량, 시장 총공급량과 가격, 각 기업의 이윤, 사회적 기업의 사회적 가치 생산량은 다음과 같다.

$$q_P^* = \frac{a\{1+(1-Ab)k\}}{B},$$

$$q_S^* = \frac{a(k+1)}{B},$$

$$Q^* = (n-m)q_P + mq_S = \frac{a[n(k+1)-(n-m)Abk]}{B},$$

$$p^* = a - Q^* = \frac{a(k+1)\{1+(1-Ab)k\}}{B},$$

$$\pi_P^* = \frac{1}{2}(k+2) \left[ \frac{a\{1+(1-Ab)k\}}{B} \right]^2 - F_P,$$

$$\pi_S^* = \frac{1}{2} [2+(1-b)k-2Abk] \left[ \frac{a(k+1)}{B} \right]^2 - F_S,$$

$$SV^* = \frac{(1+\gamma)bk}{2} \left[ \frac{a(k+1)}{B} \right]^2.$$

$$(\text{단, } A = \frac{\alpha(2+\gamma)-1}{1-\alpha} \text{ 이고 } B = (n-m+1+k)(m+1+k-Abk)-m(n-m))$$

#### 3.3.2.1 사회적 기업의 지속가능성

사회적 기업의 지속가능성은 사회적 기업이 균형에서 비음의 이윤을 획득하는지를 통해서 살펴볼 수 있다. 논의의 단순화를 위해 각 기업의

---

80) 즉, 사회적 기업이 사회적 가치에 대해 갖는 가중치는  $(bk+k+1)/((2+\gamma)bk+k+1)$  보다 작다고 가정한다.

고정비용은 0으로 가정한다 (즉  $F_P = F_S = 0$ ).<sup>81)</sup>

**보조정리 1** 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가  $\frac{bk+k+2}{bk(3+2\gamma)+k+2}$ 보다 작으면, 사회적 기업은 양의 이윤을 얻는다.

보조정리 1은 균형에서 사회적 기업의 이윤  $\pi_S^* = \frac{1}{2} [2 + (1-b)k - 2Abk] \left[ \frac{a(k+1)}{B} \right]^2$ 으로부터 도출된다. 즉,  $2 + (1-b) - 2Abk > 0$ 이 성립하는 경우 사회적 기업은 양의 이윤을 얻는다.

$(n-m)$ 개의 영리기업과 사회적 가치에 대한 가중치가  $\alpha$ 인 사회적 기업  $m$ 개가 있는 경우의 사회후생을  $SW_{n-m, m(\alpha)}$ 라고 하자.  $SW_{n, 0(\alpha)}$ 는 시장에 영리기업만 있는 경우의 사회후생을 의미하고  $SW_{n-m, m(1/(2+\gamma))}$ 는 시장에 영리기업  $n-m$ 개와 사회적 가치에 대한 가중치가  $1/(2+\gamma)$ 인 사회적 기업  $m$ 개가 있는 경우의 사회후생을 의미하며 다음과 같다.

$$SW_{n, 0(\alpha)} = \frac{a^2 n(2+k+n)}{2(1+k+n)^2}.$$

$$SW_{n-m, m(1/(2+\gamma))} = \frac{a^2 \{n(2+k+n) + bkm\gamma\}}{2(1+k+n)^2}.$$

신용제약의 정도( $\theta$ )와 2차적으로 발생하는 사회적 가치의 크기( $\eta$ )를 반영하는 계수  $\gamma(= \eta + \theta + \eta\theta)$ 가 0보다 크다면,  $SW_{n-m, m(1/(2+\gamma))} > SW_{n, 0(\alpha)}$ 이 성립한다. 즉,  $1/(2+\gamma)$ 의 사회적 가치에 대한 가중치를 지닌 사회적 기업이 시장에 존재하면 영리기업만 존재하는 시장보다 항상 더 높은 사회후생을 달성할 수 있다. 만약,  $\gamma=0$ 이고

81)  $F_P = F_S$ 를 가정하면, 사회적 기업이 사회후생을 개선시키는 영역이 반드시 존재한다 (정리 4).  $F_S \geq F_P > 0$ 를 가정하더라도 본장의 결과와 유사한 결과를 얻을 수 있다.

$SW_{n-m, m(\alpha)} \equiv SW_{n, 0(\alpha)}$ 을 만족하는  $\alpha_1$ 과  $\alpha_2$ 가 존재한다면 그 값은 다음과 같다.<sup>82)</sup>

$$\alpha_1 \equiv 1/2.$$

$$\alpha_2 \equiv \frac{(1+k)^2[2+k\{2+b(2+k-m)\}]+\{2(1+k)^2(1+bk)-bk^2m\}n+bk^2n^2}{2[1+n+k\{3+2n+k(3+k+n)+b((1+k)^2(2+k-m)+(2(1+k)^2-km)n+kn^2)\}]}.$$

$$\frac{dSW_{n-m, m(\alpha)}}{d\alpha}\bigg|_{\alpha=\alpha_1} > 0 \text{ 이고 } \frac{dSW_{n-m, m(\alpha)}}{d\alpha}\bigg|_{\alpha=\alpha_2} < 0 \text{ 이므로 } \alpha \text{가 } \alpha_1 \text{과 } \alpha_2$$

사이에 위치한다면, 사회적 기업이 존재하는 경우가 영리기업만 존재하는 경우보다 더 높은 사회후생을 달성함을 알 수 있다. 이하의 분석에서는  $\gamma=0$ 임을 가정한다.

**보조정리 2**  $\gamma=0$ 이면, 사회적 기업이 사회후생을 증진시키기 위해서는 사회적 가치에 대한 적절한 가중치를 가져야 하고 적절한 가중치의 범위는 다음과 같다.

$$\alpha \in \left( \frac{1}{2}, \frac{(1+k)^2[2+k\{2+b(2+k-m)\}]+\{2(1+k)^2(1+bk)-bk^2m\}n+bk^2n^2}{2[1+n+k\{3+2n+k(3+k+n)+b((1+k)^2(2+k-m)+(2(1+k)^2-km)n+kn^2)\}]} \right)$$

사회적 가치에 대한 가중치가  $\alpha_2$ 보다 크면 사회적 기업이 존재하는 시장의 사회후생이 영리기업만 존재하는 시장의 사회후생보다 작아진다. 사회적 기업이 사회적 가치를 생산할 때 사회후생에 미치는 효과 중 부정적 효과가 긍정적 효과보다 커서 사회후생이 감소하는 것이다. 따라서 사회후생을 개선하는 사회적 기업이 가질 수 있는 사회적 가치에 대한 가중치의 최댓값은  $\alpha_2$ 이고 사회적 가치 생산이 사회후생에 미치는 상반된 효과들의 크기가 같아지는 지점으로 해석할 수 있다.

---

82)  $SW_{n-m, m(\alpha)} \equiv SW_{n, 0(\alpha)}$ 을 만족하는 값이  $\alpha_1$  하나만 존재한다면, 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가  $(bk+k+1)/(2bk+k+1)$ 일 때, 사회후생은 영리기업만 있는 경우보다 높다.

**정리 8**  $2+k-bk > 0$ 이면, 사회적 기업은 사회후생을 개선시키는 동시에 양의 이윤을 얻을 수 있다.

### 증명

보조정리 1과 보조정리 2로 부터 사회적 기업이 사회후생을 개선시키고 양의 이윤을 얻기 위한 조건은  $\frac{2+k+bk}{2+k+3bk} > \frac{1}{2}$  임을 알 수 있다.  $\square$

<그림 4>는 정리 8을 나타낸 것이다. 사회적 가치에 대한 가중치가  $(2+k+bk)/(2+k+3bk)$ 보다 작은 경우 사회적 기업은 양의 이윤을 얻는다(보조정리 1). 사회적 기업이 사회후생을 개선시킬 수 있는 사회적 가치에 대한 가중치의 범위는  $\alpha_1 (=1/2)$ 에서부터  $\alpha_2$ 까지이다(보조정리 2). 따라서 사회적 기업은 사회적 가치에 대한 가중치가  $1/2$ 과  $(2+k+bk)/(2+k+3bk)$ 사이에 존재하는 경우 사회적 기업은 사회후생을 개선하고 양의 이윤을 얻을 수 있다. 즉, 사회후생 개선과 지속가능성이라는 두 가지 목적을 동시에 달성할 수 있다. 만약 <그림 4>와 다르게  $(2+k+bk)/(2+k+3bk)$ 가  $1/2$ 보다 작다면, 사회적 기업이 사회후생을 개선시키는 경우 음의 이윤을 얻는다. 즉, 사회적 기업은 외부의 지원 없이는 지속가능성을 획득할 수 없고, 사회적 가치의 생산을 줄여야 지속가능함을 알 수 있다.

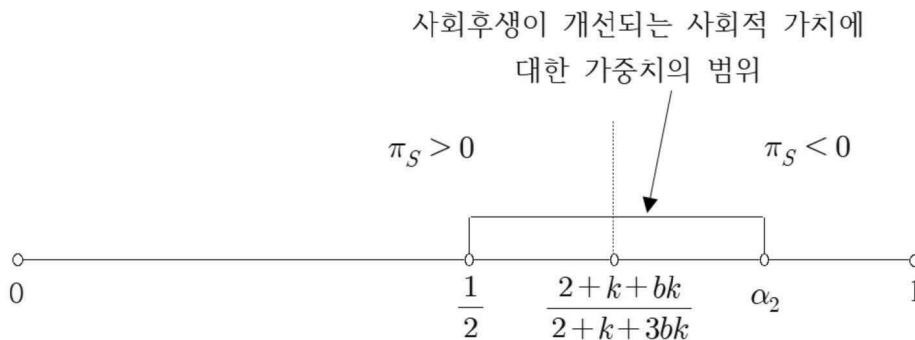


그림 4. 사회적 기업의 사회후생 개선 및 지속가능성

### 3.3.2.2 사회적 가치에 대한 최적 가중치

정리 8을 통해 사회적 기업이 사회후생을 증진시키고 지속가능할 수 있는 조건을 살펴보았다. 이하에서는 사회후생을 극대화하는 사회적 가치에 대한 가중치를 살펴보고 그러한 가중치를 지닌 사회적 기업이 지속가능한지를 살펴본다. 사회후생을 극대화시키는 사회적 가치에 대한 사회적 기업의 가중치를  $\alpha^*$ 로 표시하면, 다음이 성립한다.

$$\alpha^* = \arg \max_{\alpha} SW = \frac{1+k[2+k+b\{1+k(2+k-m+n)\}]}{1+k[2+k+2b\{1+k(2+k-m+n)\}]}.$$

사회적 가치에 대한 최적 가중치는 시장에 존재하는 총 기업의 수( $n$ )와 사회적 기업의 수( $m$ ), 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치( $b$ ), 한계비용의 증가 속도( $k$ )에 영향을 받는다. 시장에 존재하는 기업의 수가 증가하면, 즉 시장의 경쟁이 심화되면 사회적 최적 가중치는 감소한다( $d\alpha^*/dn < 0$ ). 시장의 존재하는 기업의 수가 많아질수록, 균형에서의 총공급량이 증가한다. 사회적 기업이 동일한 사회적 가치 생산을 하는 경우, 총공급량 증가로부터 사회후생이 증가하는 정도가 감소하므로 사회적 최적 가중치는 작아진다. 한편, 시장에서 사회적 기업의 수가 증가하면, 즉 시장에서 사회적 기업이 차지하는 비율이 높아지면 사회적 최적 가중치도 증가한다( $d\alpha^*/dm > 0$ ). 사회적 기업 비율이 증가하면 모든 기업의 이윤이 감소하여 생산자잉여가 감소한다. 따라서 사회후생을 증가시키기 위해서는 더 많은 사회적 가치가 생산되어야 한다.

반면, 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치가 증가하면, 사회적 최적 가중치는 감소한다( $d\alpha^*/db < 0$ ). 사회적 가치 생산은 사회후생에 긍정적인 효과도 있지만 부정적 효과도 가져온다. 사회후생에 사회적 가치가 포함되므로 사회적 가치 생산은 그 자체로 사회후생에 긍정적으로 작용한다. 하지만, 사회적 기업은 영리기업보다 높은 비용으로 생산을 하기 때문에 총생산비용 배분 측면에서 비효율성이 발생하고 사회후생에 부정

적으로 작용한다. 사회적 기업이 생산과정에서 더 많은 사회적 가치를 생산하면 사회적 기업은 생산량을 증가시킬 유인이 존재한다. 하지만, 사회적 기업의 생산량 증가는 총생산비용 배분의 비효율성을 더 크게 증가시킨다. 따라서 비용효율성 측면에서 사회적 기업은 생산량을 줄이고 영리기업이 생산량을 늘리는 것이 바람직하다. 사회적 최적 가중치는 사회적 가치 생산에 따른 비효율성을 줄이기 위한 방향으로 변화하기 때문에 감소하는 것으로 이해할 수 있다. 요약하면, 사회적 기업이 주어진 생산량에서 창출하는 사회적 가치의 양이 증가할수록 사회적 가치에 대한 최적 가중치는 감소한다.<sup>83)</sup>

한편, 기업의 한계비용이 증가하는 속도가 클수록 사회적 최적 가중치는 감소한다( $d\alpha^*/dk < 0$ ). 한계비용이 증가하는 속도가 크다는 것은 사회적 가치 생산에 따른 총비용배분의 비효율성이 크게 증가한다는 것을 의미한다. 따라서 한계비용이 증가하는 속도가 크면 사회적 기업이 생산해야 하는 최적의 사회적 가치 생산량이 줄어든다.

사회적 기업이 사회적 가치에 대한 최적 가중치를 가지고 사회후생을 극대화하는 경우라도, 사회적 기업이 균형에서 음의 이윤을 얻는다면 사회후생의 개선효과는 지속될 수 없다. 사회적 기업이 시장에서 퇴출된다면, 사회후생은 오히려 악화될 수 있다. 따라서 사회적 기업의 지속가능성은 사회후생 개선이 유지되기 위한 선결조건이라고 할 수 있다. 정리 9는 최적 가중치를 지닌 사회적 기업이 양의 이윤을 획득하기 위한 조건을 나타낸다.

**정리 9** 사회적 가치에 대한 가중치가  $\alpha^*$ 인 사회적 기업이 시장에서 지속가능하기 위한 조건은  $2(n-m) + (1-b)\{1+k(2+k+n-m)\} > 0$ 이다.

83) 사회후생을 극대화시키는 사회적 가치의 총량이 존재한다고 가정하자. 정해진 공급량에서 생산되는 사회적 가치( $b$ )가 증가하는 경우 사회적기업의 공급량( $mx_s$ )이 감소해야 사회적 가치의 총량이 유지된다. 사회적 가치에 대한 가중치 감소는 사회적 기업의 공급량 감소를 가져오므로 공급량에 따른 사회적 가치와 사회적 최적 가중치는 역의 관계임을 알 수 있다.



## 증명

$\alpha^*$ 를  $\pi_S^* = \frac{1}{2} [2 + (1-b)k - 2Abk] \left[ \frac{a(k+1)}{B} \right]^2$ 에 대입하면, 다음의 식을 얻게 된다.

$$\pi_S^*(\alpha^*) = \frac{a^2 k \{1 + k(2 + k - m + n)\} [2(n-m) + (1-b)\{1 + k(2 + k - m + n)\}]}{2[m + k\{1 + k^2 + n(2 - m + n)k(2 - m + 2n)\}]^2}.$$

최적 사회적 가치를 지닌 사회적 기업이 지속가능하기 위한 조건은  $\pi_S^*(\alpha^*) > 0$ 이므로 정리 9가 성립한다.  $\square$

<그림 5>는 정리 8과 정리 9를 표현한 것이다. 상단에 위치한 곡선은 사회후생을 개선하는 사회적 기업이 0의 이윤을 얻을 수 있는 조건을 나타낸다. 곡선의 아래쪽 부분에서는 사회적 기업은 양의 이윤을 얻는다. 즉, (A)와 (B)에서 사회적 기업은 사회후생을 증가시키는 동시에 지속가능하다. 하단에 위치한 곡선은 사회후생을 극대화시키는 사회적 기업이 0의 이윤을 얻을 수 있는 조건을 나타낸다. 곡선의 아래쪽 부분에서는 양의 이윤을 얻으므로 (B)에서는 사회적 기업이 사회후생 극대화와 지속가능성이라는 두 가지 목표를 동시에 달성할 수 있다.

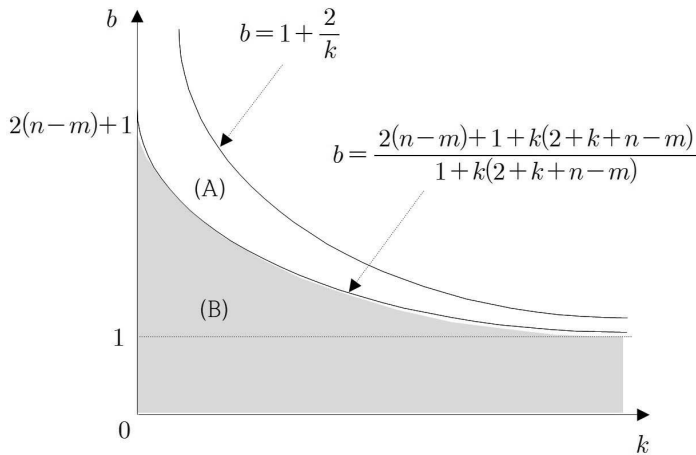


그림 5. 사회적 최적 가중치와 지속가능성

### 3.3.2.3 최적의 사회적 가치 및 사회적 기업의 수

앞 단락에서는 다른 변수들이 외생적으로 주어졌을 때, 사회후생을 극대화시키는 사회적 최적 가중치를 살펴보았다. 이번 단락에서는 관점을 바꾸어 다른 변수들이 주어졌을 때, 사회후생을 극대화시키는 사회적 가치와 사회적 기업의 수에 대해서 살펴본다.<sup>84)</sup>

먼저, 최적의 사회적 가치에 대해서 살펴본다. 사회후생을 극대화시키기 위해 사회적 기업이 생산해야 하는 최적의 사회적 가치, 즉 인용하는 가변비용의 증가분  $b^* (= \arg \max_b SW)$ 를 구하면 다음과 같다.

$$b^* = \begin{cases} 0 & , \text{ when } \alpha \leq \frac{1}{2} \\ \frac{(1+k)^2(1-\alpha)}{k\{1+k(2+k-m+n)\}(2\alpha-1)} & , \text{ otherwise} \end{cases}$$

사회적 기업이 사회적 가치보다 이윤을 더 중요하게 생각하는 경우, 사회적 기업은 사회적 가치를 생산하지 않는 것이 사회후생 측면에서 바람직하다. 사회적 가치에 대한 가중치가 1/2보다 작은 경우, 사회적 기업이 존재하는 시장의 총공급량은 영리기업만 존재하는 시장의 총공급량보다 작기 때문이다. 반면, 사회적 기업이 사회적 가치를 이윤보다 더 중요하게 생각하는 경우, 사회적 기업이 생산해야 하는 최적의 사회적 가치가 존재한다.<sup>85)</sup>

사회적 가치에 대한 가중치가 1/2보다 큰 경우, 최적의 사회적 가치를 위한  $b^*$ 는 사회적 가치에 대한 가중치, 총 기업의 수와 사회적 기업의 수, 한계비용이 증가하는 속도에 영향을 받는다. 사회적 가치에 대한 가중치가 커질수록 최적의 가변비용의 증가분은 작아진다( $db^*/d\alpha < 0$ ).  $b$ 가

84) 사회적 기업의 최적 개수는 총 기업의 개수가  $n$ 으로 고정되어 있으므로 사회적 기업의 최적 비율을 의미하는 것으로 해석할 수 있다.

85) 사회적 기업이 취약계층 노동자에게 일반노동자에게 지급되는 수준을 초과하는 임금을 지급하지 않는다는 가정, 즉  $b \leq (1-\lambda)/\lambda$ 을 고려하지 않은 것임에 유의해야 한다.

증가할 때,  $\alpha^*$ 가 감소하는 것과 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 한편, 총 기업의 수가 증가하면 사회적 기업이 인용해야 하는 최적의 가변비용 증가분이 감소하고( $db^*/dn < 0$ ), 사회적 기업의 비율이 높아지면 최적의 가변비용 증가분은 증가한다( $db^*/dm > 0$ ). 한계비용이 증가하는 속도가 클수록 최적의 가변비용 증가분은 감소한다( $db^*/dk < 0$ ). 이와 같은 관계는 최적의 사회적 가치에 대한 가중치와 다른 변수들 간의 관계와 동일한 방식으로 이해할 수 있다.

사회적 기업의 최적 개수에 대해서는 앞선 논의와는 다르게 사회후생 극소화 측면에서 살펴본다. 즉, 사회후생을 극대화시키기 위한 사회적 기업의 개수를 살펴보지 않고, 사회후생이 극소화되는 것을 피하기 위한 사회적 기업의 개수를 살펴본다. 사회후생을 극소화하는 사회적 기업의 수를  $m' (= \arg \min_m SW)$ 이라고 가정하면, 다음이 성립한다.

$$m' = \begin{cases} n, & \text{when } \alpha < \frac{1}{2} \\ 0, & \text{when } \alpha = \frac{2+k\{(2+k)(2+b+bk)+bkn\}}{2+2k[2+k+b\{2+k(3+k+n)\}]} \end{cases}$$

사회적 기업이 사회적 가치보다 이윤을 중요하게 생각하는 경우, 시장에 사회적 기업만 존재하는 경우의 사회후생이 가장 작다. 즉, 영리기업이 한 개라도 존재하는 경우가 사회후생 측면에서 바람직하다. 반면, 사회적 기업이 하나도 존재하지 않는 경우가 사회후생이 가장 낮아지는 사회적 가치에 대한 가중치 또한 존재함을 알 수 있다. 즉, 사회적 가치에 대한 가중치에 따라서 시장에서 사회적 기업이 차지하는 비율이 사회후생에 미치는 영향은 달라진다.

### 3.3.2.4 사회적 가치에 비례하는 보조금과 지속가능성

제3장 제2절에서는 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치에 비례하는 지원금을 사회적 기업에게 지원하여 사회후생을 극대화시킬 수 있음을

보였다. 사회적 가치에 비례하는 지원금은 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치를 변화시키는 것과 같은 역할을 하기 때문에, 지원 비율을 조절하여 사회적 기업이 사회적 가치에 대한 최적의 가중치를 가진 것처럼 행동하도록 만들 수 있기 때문이다.

사회적 기업에게 최적 보조금( $S = \beta^* SV$ )을 지급하는 경우, 사회적 기업이 지속가능한지의 여부는 **정리 9**를 통해서 알 수 있다. 사회적 기업이 사회후생을 극대화시키고 지속가능성을 유지할 수 있는 경우에는 사회적 기업이 최적 보조금을 지급받아도 지속가능성에는 문제가 생기지 않는다. 하지만, 사회후생을 극대화시킴으로써 지속가능성이 없어지는 경우에는 사회적 기업은 최적 보조금을 받음으로써 지속가능하지 못하게 된다. 따라서 후자의 경우에는 사회후생 극대화와 사회적 기업의 지속가능성이라는 두 개의 목적을 달성하기 위해서는 사회적 가치에 비례하는 보조금 이외에 다른 정책이 병행되어야 한다. 사회적 기업의 음의 이윤을 보전해주는 정책 보조금이 다른 정책의 예라고 할 것이다.

### 3.4 소결

본 장의 연구는 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향을 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치와 연결하여 분석하였다는 점에서 의의가 있다. 이하에서는 사회적 기업과 사회적 가치에 대한 향후 연구 방향을 제시한다.

Ghosh and Mitra(2014)가 보인 것처럼 과점시장의 균형은 기업의 목적함수가 변함에 따라 달라진다. 따라서 본 장의 분석결과는 사회적 기업의 목적함수로 이익과 사회적 가치에 대한 가중 평균을 사용한 것에 전적으로 의존한다. 따라서 사회적 기업의 목적함수가 사회적 기업의 의사결정 방식을 얼마나 잘 반영하고 있는지에 대한 추가적인 논의가 필요하다. 사회적 기업의 목적함수에 대한 접근방식으로는 Chu(2015), Cho and Lee(2017)가 제시한 방법 이외에도  $\min\{\text{Profit}, SV\}$  등의 형태를 생각해 볼 수 있다. 사회적 기업이  $\min\{\text{Profit}, SV\}$  형태의 목적함수를 가

지고 있으면, 본 장에서 가정한 사회적 기업이 사회적 가치에 대하여 특정한 가중치를 부여할 때와 같은 결론에 도달할 것이다. 다만,  $\min\{\text{Profit}, \text{SV}\}$  형태의 목적함수는 지속가능성이 의사결정과정에서 고려되므로 지속가능성에 대한 논의를 따로 요하지 않는다는 장점을 지닌다.

둘째, 모든 사회적 기업이 사회적 가치에 대하여 동일한 가중치를 갖는다는 가정을 완화할 필요가 있다. 사회적 기업은 다수의 이해관계자의 참여를 바탕으로 운영되기 때문에 사회적 가치를 중요하게 여기는 정도는 각 기업마다 다를 수 있다. 또한, 사회적 가치에 대한 가중치가 외생적으로 주어지지 않고 내생적으로 결정되는 경우도 고려할 수 있다. 사회적 가치 투자자들은 다수의 사회적 기업들 중에서 자신의 선호를 반영하여 특정 사회적 기업에 투자를 하고 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치(성과)로부터 효용을 얻는다고 가정하면, 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치는 투자자들의 선택을 반영하여 내생적으로 결정될 것이다.

우리나라의 경우 대부분의 사회적 기업이 영세한 규모로 운영되고 있지만, 전 세계적으로 규모가 큰 사회적 기업 또한 존재한다.<sup>86)</sup> 따라서 사회적 기업이 과점시장에서 선도자의 역할을 하거나 추종자의 역할을 하는 경우 등 다양한 경쟁형태에 대한 분석이 이뤄져야 한다.

한편, 사회적 기업이 사회적 가치를 지속적으로 생산할 수 있는 것은 과점시장에서 비롯된 이윤이 존재하기 때문이다. 같은 이유로 경쟁시장에서 사회적 기업이 사회적 가치를 지속적으로 생산하기 위해서는 외부로부터 지원을 받아야 한다. 하지만, 사회적 기업에 대한 소비자의 선호가 존재한다면, 외부로부터의 지원이 없어도 사회적 기업이 사회후생을 개선시키며 지속가능한 경우를 생각할 수 있다. 영리기업과 사회적 기업이 차별화된 상품을 생산하는 경우도 사회적 기업의 지속가능성과 연결하여 분석할 필요가 있다.

---

86) 프랑스의 사회적 기업 그룹 SOS가 대표적인 예이다.

## 제4장 실증 분석

제4장에서는 사회적 기업에 대한 지원과 사회적 기업의 성과 간의 관계를 분석한다. 사회적 기업에 대한 자료로는 한국사회적기업진흥원 홈페이지에 게시된 인증 사회적 기업의 자율경영공시자료와 사회적가치연구원이 공개한 사회성과인센티브 자료를 이용하였다. 다만, 두 자료 모두 사회적 기업에 대한 지원이 사회적 기업의 성과에 미치는 영향을 분석하기에는 적합하지 않기 때문에 각 변수 간의 관계 분석을 하였다.

### 4.1 인증 사회적 기업의 자율경영공시자료<sup>87)</sup>

#### 4.1.1 데이터

인증 사회적 기업에 대해서는 다양한 지원이 이뤄지고 있다. 재정지원, 사회적 기업의 경영역량을 향상시키기 위한 경영컨설팅, 사회적 기업의 상품에 대한 공공기관 우선구매, 사회적 기업 상품의 판로개척 지원, 경영상 어려움을 겪고 있는 사회적 기업과 전문자원봉사자의 연계(프로보노), 금융 및 세제지원 등이 그러한 예이다.<sup>88)</sup> 정부의 재정지원 중 일부 항목은 사회적 기업의 자율경영공시를 통해 공개되고 있다.

자율경영공시는 사회적 기업이 추구하는 사회적 목적 실현과 경영상태 등에 대한 정보를 미래의 투자자를 포함한 다양한 이해관계자에게 자율적으로 공개하는 제도로 고용노동부장관 인증 사회적 기업 중 공시의사를 가지고 자율적으로 참여를 원하는 기업이 실시한다. 2011년에 시범공

---

87) 제4장 제1절은 홍현우와 주병기(2017)의 내용을 바탕으로 작성하였다. 다만, 홍현우와 주병기(2017)에서는 2개년도의 자율경영공시자료를 이용하였으나, 본 논문에서는 2014-2017년에 걸친 총 4개년도의 자율경영공시자료를 이용하여 분석을 진행하였다. 따라서 실증 분석결과가 홍현우와 주병기(2017)의 연구결과와 상이함에 유의하여야 한다.

88) 자세한 내용은 한국사회적기업진흥원 홈페이지(<http://www.socialenterprise.or.kr/>) 참조.

시가 시작되었고, 2018년에는 435개의 사회적 기업이 경영공시를, 48개의 사회적 기업이 확장공시를 하였다. 자율경영공시자료에는 기업 개요, 지배구조(의사결정구조 현황 및 주주구성 현황), 사회적 성과(취약계층 근로자와 일반근로자의 총 인원, 자체 고용 근로자 수, 사회적 일자리사업 참여근로자 수, 평균임금, 평균근로시간, 사회서비스 제공 대상 및 수혜 인원, 자원연계 및 이윤분배, 이윤의 사회적 목적 재투자 등), 경제적 성과(재정 현황, 매출 및 손익 현황, 지원금 수령 현황) 등이 포함된다.

자율경영공시자료는 사회적 기업이 생산하는 (금전으로 환산된) 사회적 가치의 크기를 제공하지 않는다. 하지만, 취약계층 고용인원, 취약계층 평균근로시간, 취약계층 평균임금 등의 정보를 통해서 취약계층을 고용한 사회적 기업이 일자리 제공을 통해서 생산하는 사회적 가치의 크기를 측정할 수 있다. 반면, 사회서비스 제공형, 혼합형, 지역사회공헌형, 기타형의 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치를 금전으로 환산할 수 있는 정보는 충분하지 못하다. 따라서 자율경영공시자료를 이용한 분석에서는 일자리 제공형 사회적 기업만을 대상으로 한다. 그 결과, 자율경영공시를 수행한 일자리 제공형 사회적 기업 중 2014년에는 67개, 2015년에는 150개, 2016년에는 185개, 2017년에는 259개의 사회적 기업이 분석의 대상이 되었다.<sup>89)</sup> 분석대상이 된 일자리 제공형 사회적 기업의 기초 통계량은 <표 2>와 같다.

---

89) 2014년에는 116개, 2015년에는 218개, 2016년에는 270개, 2017년에는 367개의 사회적 기업이 자율경영공시에 참여하였다.

표 2. 자율경영공시를 수행한 일자리 제공형 사회적 기업의  
기초통계량

(단위: 개, %, 명, 천원, 시간/주)

		2013년 (2014년 공시)	2014년 (2015년 공시)	2015년 (2016년 공시)	2016년 (2017년 공시)
N		67	150	185	259
상법상 회사 비율		68.66	69.33	74.59	71.43
일반 근로자	평균고용인원	15.09	9.93	12.75	9.51
	평균임금	1608.70	1589.02	1675.16	1765.75
	평균근로시간	37.36	37.34	37.47	36.20
취약 계층 근로자	평균고용인원	28.84	17.47	23.17	18.05
	평균임금	1218.21	1277.03	1362.00	1434.19
	평균근로시간	36.40	37.16	36.70	35.58
경제적 성과	매출액	2071100	1214369	1717505	1468712
	영업이익	-91497.85	-69855.32	-43611.8	14195.28
	당기순이익	58200.97	45010.75	62897.24	44331.2
사회적 성과		8583.04	3110.26	11449.24	4071.85
정부 보조금	인건비	65442.93	52011.03	46616.85	35392.71
	전문인력	10041.18	6211.95	7022.84	9395.79
	사업개발비	16015.75	15767.93	14576.65	11776.57
	사회보험료	9351.85	6598.52	10186.89	5346.05
	기타	64733.87	50140.11	38731.54	45820.14
민간 보조금	기업후원	2041.73	1571.66	2353.69	3297.03
	모기관지원	3102.09	1396.07	776.58	1118.07
	일반기부	2197.42	3360.07	1239.01	1337.97
	기타	14172.9	13942.49	16721.28	11548.3

주: 2017년 공시자료의 경우, 이전 공시자료와는 달리 정부보조금 영역의 정책자금, 민간보조금 영역의 민간금융지원 항목이 신설되었다. 이전 공시자료와의 통일성을 위해 2017년 공시자료에 추가된 항목들을 해당 영역 중 기타 항목에 포함시켰다.

자료: 사회적기업진흥원, 「사회적기업 자율경영공시」, 각 연도.



#### 4.1.2 모형 및 분석결과

정부지원금을 일자리 창출사업 인건비지원, 전문인력지원, 사업개발비지원, 사회보험료지원, 기타지원로 구분하고, 정부지원금이 일자리 제공형 사회적 기업의 경제적 성과 및 사회적 성과의 관계를 분석하였다.<sup>90)</sup> 다만, 사회적 기업의 성과에 중요한 영향을 미칠 것으로 예상되는 사회적 가치에 대한 가중치는 직접 관찰하는 것이 불가능하므로 사회적 가치에 대한 가중치를 고정효과로 가정하였다. 사회적 기업의 성과에 대한 추정식은 다음과 같다.

$$y_{it} = \beta' X_{it} + \gamma' Z_{it} + \alpha_i + e_{it}$$

$y_{it}$ : 사회적 기업의 성과

$X_{it}$ : (인건비지원, 전문인력지원, 사업개발비지원, 사회보험료지원, 기타지원)

$Z_{it}$ : (민간지원총액, 상법상회사여부, 매출액규모)

$\alpha_i$ : 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치

사회적 기업의 경제적 성과로는 영업이익 및 당기순이익을 이용하였다. 사회적 기업의 사회적 성과는 취약계층에게 지급되는 평균임금 및 최저임금, 취약계층 총 고용인원을 이용하여 화폐단위로 측정하였다. 취약계층에게 발생하는 (최소한의) 사회적 가치는 취약계층의 생산성을 초과하여 지급되는 임금으로부터 발생하는 소득 증가분이지만 취약계층의 생산성을 측정할 수 없는 관계로 취약계층의 생산성을 최저임금으로 대

90) 정부 재정지원의 구체적인 방식은 다음과 같다. 일자리 창출사업 인건비지원은 일자리 창출사업 참여근로자를 대상으로 최저임금 수준의 참여근로자 인건비와 사업주가 부담하는 4대 보험료의 일부(9.36%)에 대하여 참여년차별로 지원 비율을 차등 적용하여 이뤄진다. 전문인력지원은 사회적 기업이 고용한 전문인력에 대하여 지원 인원 한도 내에서 자격요건에 따라 월 200만원 또는 월 250만원을 한도로 인건비의 일부에 대해 이뤄진다. 사업개발비지원은 R&D비용, 홍보·마케팅, 제품의 성능 및 품질개선 비용 등에 대해서 연간지원한도 1억(예비사회적기업은 5천만원)이내에서 이뤄진다. 사회보험료지원은 월 50명을 한도로 하여 일자리 창출사업 참여근로자가 아닌 자체고용 근로자를 대상으로 4대 보험료 중 사업주 부담분의 일부에 대하여 이뤄진다.

체하였다. 즉, 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치는 ‘(취약계층의 평균 임금 - 최저임금) \* 취약계층 총 고용인원’이다.<sup>91)</sup> 따라서 분석에서 사용된 사회적 가치는 사회적 가치의 최소값이라 할 수 있다.<sup>92)</sup>

고정효과모형을 이용하여 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 정부의 사회적 기업에 대한 재정지원은 사회보험료지원을 제외하고는 지원방식과 무관하게 사회적 성과와 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다. 반면, 재정지원 중 일부 방식들은 사회적 기업의 경제적 성과와 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 인건비지원, 사업개발비지원, 기타지원이 사회적 기업의 영업이익과는 부정적 관계가 있는 것으로 나타났고, 인건비지원과 사회보험료지원은 당기순이익과 긍정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

분석결과에 따르면, 사회성과의 창출을 유도하는 것이 정부재정지원의 주요 목적이란 지원 방식을 재고할 필요가 있음을 알 수 있다. 하지만, 정부재정지원의 주요 목적이 사회적 기업의 지속가능성을 보전해주는 것이라면, 즉 기업이 양의 순이익을 얻도록 도와주는 것이라면 인건비지원과 사회보험료지원은 당기순이익과 긍정적인 상관관계를 보인다는 점에서 정책의 타당성이 인정될 수 있다고 판단된다.

91) 월 최저임금을 파악하기 위해서는 주휴수당을 고려해야 한다. 주간 평균근로시간이 40시간 이상인 경우에는 8시간을, 15시간 이상 40시간 미만인 경우에는 주간 평균근로시간을 5로 나눈 시간을 주휴수당으로 고려하였고 15시간 미만인 경우에는 주휴수당을 고려하지 않았다. 초과근로시간은 따로 고려하지 않았다. 예를 들어, 2015년에 주간 평균근로시간이 40시간인 경우에는 주휴수당 8시간을 포함한 월 근로시간은 209시간이 되고 최저시급은 5580원이므로 최저임금은 1,166,220원이다. 만약, 취약계층이 1,500,000원의 월급을 받고 있다면 333,780원이 취약계층 1인에게 발생한 후생 증가분으로 사회적 가치에 해당한다. 사회적 기업이 만약 10명의 취약계층을 고용하고 있다면 333,780\*10=3,337,800원이 사회적 기업이 생산하는 총 사회적 가치가 된다. 다만, 최저임금보다 낮은 임금을 제공하는 기업이 존재하여 음의 사회적 가치를 생산하는 경우가 존재하였고 분석에서 제외할 것인가 문제가 되었지만, 음의 사회적 가치로 인정하고 분석에 포함하였다.

92) 정확한 사회적 가치의 측정을 위하여 취약계층의 기초생계에 필요한 소비재들의 실제 소비량과 신용제약이 없는 일반소비자들의 필요 소비재들에 대한 지불의사를 사용할 수 있을 것이다. 이론 모형의 분석에 따르면 신용제약이 존재하는 경우 이러한 지불의사로 측정된 사회적 가치가 임금의 차이보다 더 크다. 따라서 실증 분석결과를 사회적 가치를 최소 수준으로 상정한 결과임에 유의해야 한다.

표 3. 사회적 기업의 성과와 정부보조금의 관계

	사회적 성과	영업이익	당기순이익
인건비지원	-.0071	-.4869***	.2152*
	(.0098)	(.1420)	(.1189)
전문인력지원	.0243	.8381	-.0544
	(.0365)	(.5269)	(.4413)
사업개발비지원	.0023	-.8010**	-.1879
	(.0225)	(.3244)	(.2718)
사회보험료지원	.0325*	-.0839	.7613***
	(.0169)	(.2442)	(.2045)
기타지원	-.0031	-0.5207***	.0825
	(.0061)	(.0875)	(.0733)
민간지원 총액	.0025	-.1548	.0679
	(.0139)	(.2006)	(.1680)
상법상회사 여부	819.27	-74821.18	-28348.8
	(3145.72)	(45418.51)	(38044.85)
매출액	.0010	.0843***	.0708***
	(.0006)	(.0091)	(.0076)
상수항	4163.29	-53732.55	-55342.72
	(2533.61)	(36580.67)	(30641.9)
$R^2$	0.2773	0.2736	0.3834
sigma_α	62102.39	232545.84	172285.86
sigma_e	6328.86	91377.29	76542.45
rho	.9897	.8662	.8352
N	691	691	691

주: ( )은 standard error를 나타냄.

\*, \*\*, \*\*\*는 각각 10%, 5%, 1%에서 통계적으로 유의함을 의미함.

자료: 사회적기업진흥원, 「사회적기업 자율경영공시자료」, 각 연도.

## 4.2 사회성과인센티브 자료<sup>93)</sup>

### 4.2.1 데이터

사회성과인센티브(Social Progress Credit, 이하 SPC)는 사회적 기업이 사회문제를 해결한 성과에 비례하여 지급되는 금전적 인센티브로서 사회적 기업의 혁신과 성장을 도모하는 제도이다. 2015년에는 44개, 2016년에는 50개, 2017년에는 36개의 사회적 기업이 SPC사업에 참여하였다.<sup>94)</sup>

SPC사업에 참여한 기업은 총 3년에 걸쳐 자신이 창출한 사회적 성과에 비례한 인센티브를 받게 된다. 구체적인 인센티브 수령액은 다음과 같다.

$$SPC_1 = 0.25 \times SV_1$$

$$SPC_2 = 0.15 \times SV_2 + 0.25 \times (SV_2 - SV_1)$$

$$SPC_3 = 0.15 \times SV_3 + 0.25 \times (SV_3 - SV_2)$$

(단, SPC는 사회성과인센티브, SV는 기업이 창출한 사회적 성과, 하첨자는 사회성과인센티브 선정 년차를 의미함).

사회적 기업이 창출한 사회적 성과는 사회적 성과의 유형에 따라 사전적으로 주어진 방식에 의해서 화폐단위로 환산된다. 특히, 사회적 기업이 생산한 사회적 성과 중 외부에서 금전으로 평가받지 못하는 부분에 한하여 SPC 산출에 반영되는 사회적 성과로 인정됨에 유의해야 한다. 즉, SPC 지급에 기준이 되는 사회적 가치는 ‘사회적 기업이 생산한 가치-외부지원금(정부, 민간 영역 모두 포함)’이 된다. 또한, 2015년에는 사회적 가치를 양적 측면과 질적 측면으로 나눠서 측정하였으나 2016년 이후부터는 양적 측면만을 측정하였다. 이하의 분석에서는 연도별 비교를 위해

93) 제4장 제2절은 2018년도 11월 30일에 사회적가치연구원에서 주최한 제1회 CSES 콜로키움에서 발표한 내용 중 일부를 발췌하여 정리하였고 사회적가치연구원에서 제공한 사회성과인센티브 데이터를 이용하였다.

94) 사회적가치연구원 홈페이지(<https://www.cses.re.kr/>) 참조.

서 사회적 성과를 계산함에 있어서 질적인 측면을 배제하였다.

한편, SPC는 재무제표 상 영업외수익에 해당한다. 해당년도 사회적 성과에 대해서 다음년도에 인센티브를 제공하는 형식이므로 SPC가 당기순이익에 미치는 영향을 보기 위해서는 해당년도의 당기순이익을 보정하는 작업이 필요하다. 이하에서는 이를 보정된 당기순이익이라고 부를 것이다. 보정된 당기순이익은 해당년도의 당기순이익에 해당년도에 지급받은 SPC를 제외하고 다음년도에 지급받은 SPC를 더한 값이다. 예를 들어, SPC사업에 참여한 기업의 2016년도 보정된 당기순이익은 (2016년 당기순이익 - 2016년에 받은 SPC + 2017년에 받은 SPC)가 된다. <표 4>는 SPC DB의 구조를 나타낸다.

표 4. SPC사업 참여년도에 따른 경제적·사회적 성과의 자료구조

	2014년	2015년	2016년	2017년
2015년 참여기업	SPC미참여	SPC참여	SPC참여	SPC참여
2016년 참여기업	-	SPC미참여	SPC참여	SPC참여
2017년 참여기업	-	-	SPC미참여	SPC참여

주: '-'로 표시된 경우는 자료가 존재하지 않음. 'SPC미참여'의 경우 경제적 성과만 존재하고 'SPC참여'에는 경제적 성과와 사회적 성과가 모두 포함됨.

SPC사업에 참여한 기업들의 기초통계량은 <표 5>, <표 6>과 같다.

표 5. SPC사업 참여기업의 특성 및 선정 이전년도의 경제적 성과

(단위: %, 년, 백만원)

		2015년도 선정	2016년도 선정	2017년도 선정
인 증 비 율	미인증	9.09	14.00	44.44
	예비	0	16.00	0
	인증	90.91	68.00	55.56
	무응답	0	2.00	0
인 증	일자리제공형	29.55	46.00	36.11
	사회서비스제공형	9.09	8.00	5.56

유 형 비 율	혼합형	9.09	8.00	5.56
	지역사회공헌형	0	2.00	0
	기타형	40.91	14.00	8.33
	무응답	11.36	22.00	44.44
상법상회사비율		79.55	74.00	75.00
사업기간		7.80	5	3.75
매출액		1394.83	833.09	870.28
총매출이익		799.99	372.42	524.12
영업이익		-79.96	-46.33	-15.33
당기순이익		24.59	12.05	7.76
총매출이익률		65.47	39.97	74.06
영업이익률		-17.83	-71.87	-36.70
당기순이익률		-0.72	-3.50	-27.21
N		44	50	36

주1: 2015년도에 선정된 기업 중 2014년도 재무성치가 공개되지 않은 기업이 1개 존재하여 재무성치는 43개 기업의 평균임. 2016년도에 선정된 기업 중 2015년도 재무성치가 공개되지 않은 기업이 4개 존재하여 재무성치는 46개 기업의 평균임.

주2: 총매출이익률 = (총매출이익/총매출) \* 100, 영업이익률 = (영업이익/총매출) \* 100, 당기순이익률 = (당기순이익/총매출) \* 100.

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 연도.

<표 5>에서 알 수 있듯이 SPC사업이 진행되면서 인증 사회적 기업의 비율이 낮아지고 있다. 이는 선정된 기업 중 정부 지원을 받지 않는 사회적 기업의 비율이 높아지고 있다는 것을 의미한다. 인증받은 사회적 기업의 약 68%가 일자리 제공형인 것과 비교하여 SPC사업에 선정된 기업 중 일자리 제공형의 비율은 2015년 29.55%, 2016년 46%, 2017년 36.11%로 낮게 나타났다. 하지만, 인증받지 않은 사회적 기업은 인증유형에 대해서 무응답 하였으므로 일자리 제공형 사회적 기업의 비율이 낮은 편이라고 단정 지을 수 없다. 상법상 회사 비율은 74-80%로 나타났다. 2015년 선정된 기업에 비하여 2016-2017년에 선정된 기업의 사업기간이 짧고 매출액 또한 낮은 것으로 나타나 선정년도에 따른 기업 규모의 차이가 있는 것을 알 수 있다. 2015년에 선정된 기업에 비하여 2016-2017년에 선정된 기업의 영업이익률과 당기순이익률도 좋지 않은

것으로 나타났다.

표 6. SPC사업 참여기업의 경제적 성과 및 사회적 성과의 평균

(단위: %, 백만원)

			2015년	2016년	2017년
2015년 선정기업	경제성과	매출액	1642.74	1785.24	1903.04
		총매출이익	831.94	937.13	1118.80
		영업이익	-115.92	-166.34	-3452
		당기순이익	-20.72	-38.16	25.04
		보정된 당기순이익	40.05	-30.92	44.74
		총매출이익률	64.94	61.41	64.27
		영업이익률	-12.86	-12.26	-9.62
		당기순이익률	-.22	-3.61	-4.61
		보정된 당기순이익률	5.54	-1.74	-3.62
	사회성과	총사회적성과	216.73	299.44	386.96
		고용성과	123.14	145.05	186.51
		사회서비스성과	63.27	102.47	121.50
		환경성과	3.00	9.74	33.88
		사회생태계성과	27.32	42.18	45.07
2016년 선정기업	경제성과	매출액	-	1078.65	1102.46
		총매출이익	-	492.21	515.27
		영업이익	-	-34.45	-35.43
		당기순이익	-	-12.98	2.42
		보정된 당기순이익	-	25.49	-1.66
		총매출이익률	-	55.64	51.88
		영업이익률	-	-13.32	-21.51
		당기순이익률	-	-1.93	-2.07
		보정된 당기순이익률	-	6.70	-3.28
	사회성과	총사회적성과	-	138.56	152.93
		고용성과	-	40.59	59.31
		사회서비스성과	-	55.54	45.23
		환경성과	-	12.54	14.57
		사회생태계성과	-	29.89	33.81
2	경	매출액	-	-	1115.50

0 1 7 년  선 정 기 업	제 성 과	총매출이익	-	-	697.95
		영업이익	-	-	-12.43
		당기순이익	-	-	19.09
		보정된 당기순이익	-	-	72.05
		총매출이익률	-	-	75.49
		영업이익률	-	-	-19.06
		당기순이익률	-	-	-11.28
		보정된 당기순이익률	-	-	-4.06
	사 회 성 과	총사회적성과	-	-	213.56
		고용성과	-	-	47.47
		사회서비스성과	-	-	146.30
		환경성과	-	-	8.48
		사회생태계성과	-	-	11.31

주1: 2015년도 선정기업(44개) 중 2015년 경제적 성과는 43개 기업, 2016년과 2017년 경제적 성과는 42개 기업을 대상으로 한 것임. 2016년도 선정기업(50개) 중 2016년과 2017년 경제적 성과는 46개 기업을 대상으로 한 것임. 2017년도 선정기업(36개)는 경제적 성과가 모두 존재함.

주2: 총매출이익률 = (총매출이익/총매출) \* 100, 영업이익률 = (영업이익/총매출) \* 100, 당기순이익률 = (당기순이익/총매출) \* 100, 보정된 당기순이익률 = (보정된 당기순이익/총매출) \* 100.

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 연도.

<표 6>은 SPC사업 참여기업을 선정 연차별로 구분한 후, 경제적 성과 및 사회적 성과를 연도별로 제시한 것이다. 2015년 선정기업의 경우, 매출액과 총매출이익은 지속적으로 성장하고 있으나 영업이익은 지속적으로 악화되는 것으로 나타났다. 총매출이익률은 등락을 반복하였으나 영업이익률은 지속적으로 개선되었다. 사회적 성과를 살펴보면, 총사회성과는 증가하는 것으로 나타났다. 총사회성과 중 고용성과가 가장 큰 비중을 차지했고 사회서비스성과가 다음으로 큰 비중을 차지했다. 2016년 선정기업의 경우 매출액, 총매출이익, 영업이익은 2015년 선정기업과 같은 추세를 보였다. 단, 총매출이익률과 영업이익률이 모두 악화되는 것으로 나타났다. 사회적 성과를 살펴보면, 총사회성과는 증가하였다. 2016년에는 사회서비스성과가 가장 큰 비중을 차지했으나 2017년에는 고용성과가 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 2017년 선정기업의 경우



총사회성과 중 사회서비스성과가 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

## 4.2.2 모형 및 분석결과

### 4.2.2.1 이론적 접근

SPC가 사회적 기업의 의사결정에 미치는 영향을 살펴본다. 특히, SPC의 지원방식이 1년차와 2-3년차가 다르므로 SPC의 연차별 영향을 주요 분석 대상으로 한다.

SPC를 받는 사회적 기업의 의사결정을 분석하기 위해서 제3장 제1절의 일자리 제공형 사회적 기업 모형을 이용한다. 영리기업은 이윤을 극대화하고 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치의 가중 평균을 극대화한다. 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치는 사회적 기업이 영리기업과 같은 비용으로 생산할 수 있음에도 불구하고 사회적 목적을 달성하기 위하여 더 높은 비용으로 생산하는 과정에서 발생한다. 일자리 제공형 사회적 기업은 취약계층을 고용하여 그들에게 시장임금보다 높은 임금을 지급함으로써 그들의 소득을 증대시키는 것이 목적이고 친환경 사회적 기업은 고비용의 친환경기술을 사용하여 환경오염을 줄이는 것이 목적이다.

$p(X)$ 를 우하향하는 수요곡선,  $c_p(x)$ 를 영리기업의 비용함수,  $c_s(x)$ 를 사회적 기업의 비용함수로 표시한다. 비용함수 간에는  $c_s > c_p > 0$ 이고  $c'_s > c'_p > 0$ 인 관계가 성립한다. 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치는  $SV(x) = c_s(x) - c_p(x)$ 로 표시한다(정리 1).<sup>95)</sup>

1년차 SPC를  $SPC_1 = \beta_1 SV(x_{s,1})$ , 2-3년차 SPC를  $SPC_i = \beta_2 SV(x_{s,i}) + \beta_1 \{SV(x_{s,i}) - SV(x_{s,i-1})\} (i=2,3)$ 로 표시한다. SPC는 사회적 기업이 받는 금전적 지원이므로 사회적 기업 성과함수 중 이윤부분에 포함되는 것으로 해석한다. SPC에 선정된 사회적 기업의  $j$ 년차 성과함수를  $U_{s,j} (j=1,2,3)$ 로 표시하면 다음과 같다.

95) 분석의 단순화를 위해 신용제약과 2차 사회적 가치를 고려하지 않았다.

$$\begin{aligned}
U_{S,1} &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,1}) + SPC_1] + \alpha SV_1 \\
&= (1-\alpha)[\pi(x_{S,1}) + \beta_1 SV(x_{S,1})] + \alpha SV(x_{S,1}) \\
&= (1-\alpha)\pi(x_{S,1}) + \{(1-\alpha)\beta_1 + \alpha\}SV(x_{S,1}).
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
U_{S,2} &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,2}) + SPC_2] + \alpha SV(x_{S,2}) \\
&= (1-\alpha)[\pi(x_{S,2}) + \beta_2 SV(x_{S,2}) + \beta_1 \{SV(x_{S,2}) - SV(x_{S,1})\}] + \alpha SV(x_{S,2}) \\
&= (1-\alpha)[\pi(x_{S,2}) - \beta_1 SV(x_{S,1})] + [(1-\alpha)(\beta_1 + \beta_2) + \alpha]SV(x_{S,2}).
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
U_{S,3} &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,3}) + SPC_3] + \alpha SV(x_{S,3}) \\
&= (1-\alpha)[\pi(x_{S,3}) + \beta_2 SV(x_{S,3}) + \beta_1 \{SV(x_{S,3}) - SV(x_{S,2})\}] + \alpha SV(x_{S,3}) \\
&= (1-\alpha)[\pi(x_{S,3}) - \beta_1 SV(x_{S,2})] + [(1-\alpha)(\beta_1 + \beta_2) + \alpha]SV(x_{S,3}).
\end{aligned}$$

SPC사업에 선정된 사회적 기업은 SPC를 3년 동안 받을 것을 고려하여 3년에 걸친 자신의 성과를 극대화하는 선택을 한다고 가정한다. 시간 할인율을  $\tau (= 1/(1+r))$ 로 표현하면 사회적 기업의 성과극대화 문제는 다음과 같다.

$$\max_{\{x_{S,1}, x_{S,2}, x_{S,3}\}} U_S = U_{S,1} + \tau U_{S,2} + \tau^2 U_{S,3}$$

사회적 기업의 성과극대화를 위한 일계조건을 구하면 다음과 같다.

$$\frac{dU_S}{dx_{S,1}} = (1-\alpha)\pi'(x_{S,1}) + \{(1-\alpha)(1-\tau)\beta_1 + \alpha\}SV'(x_{S,1}) = 0.$$

$$\frac{dU_S}{dx_{S,2}} = (1-\alpha)\pi'(x_{S,2}) + [(1-\alpha)(1-\tau)\beta_1 + (1-\alpha)\beta_2 + \alpha]SV'(x_{S,2}) = 0.$$

$$\frac{dU_S}{dx_{S,3}} = (1-\alpha)\pi'(x_{S,3}) + [(1-\alpha)(\beta_1 + \beta_2) + \alpha]SV'(x_{S,3}) = 0.$$

성과극대화 조건으로부터 사회적 기업은 사회적 가치에 대한 가중치를 고려하여 한계 이윤과 한계 사회적 가치가 같아지는 생산량을 선택하며 사회적 가치에 대한 가중치는 년차가 높아질수록 증가함을 알 수 있다.

1기의 사회성과는 2기 SPC에 영향을 준다. 따라서 2기를 고려하지 않는 경우와 비교하여 1기의 사회성과 생산은 감소한다. 마찬가지로 2기의 사회성과도 3기 SPC에 영향을 주므로 3기를 고려하지 않는 경우와 비교하여 2기의 사회성과 생산도 감소한다. SPC를 산정할 때, 1기의 사회성과는  $\beta_1$ 의 비율로 인정을 받으나 2기부터 생산한 사회성과는  $\beta_1 + \beta_2$ 의 비율로 인정을 받으므로 1기보다 2기에 더 많은 사회성과를 생산할 유인이 존재한다. 3기의 생산한 사회성과는 다음 기에 아무런 영향을 주지 않으므로 다음 기를 고려하지 않는 경우와 동일한 생산을 한다. 따라서 SPC를 받는 사회적 기업이 생산하는 사회성과는 매년 증가하는 것으로 해석할 수 있다.

수치 예를 통해서 위의 논의를 구체적으로 살펴본다.  $n$ 개의 영리기업과  $m$ 개의 사회적 기업이 존재하고 각 기업이 생산하는 재화는 대체재의 성격을 지니며 각 기업은 수량경쟁을 한다. 수요함수를  $p(X) = a - bX$ , 영리기업의 비용함수와 사회적 기업의 비용함수를 각각  $c_P(x) = c_p x$ ,  $c_S(x) = c_s x$ 로 가정한다.<sup>96)</sup> 또한, 각 기업의 생산량은 0보다 크다고 가정하고 시간할인율은 없다고 가정한다( $\tau = 1$ ).  $j$ 기의 영리기업과 사회적 기업의 생산량을 각각  $x_{P,j}$ 와  $x_{S,j}$ 로 표시하면 균형에서 각 기업의 생산량은 다음과 같다.

$$x_{P,1} = \frac{a - c_p + (c_p - c_s)(-1 + A)m}{b(1 + m + n)},$$

$$x_{S,1} = \frac{a - c_s - (c_p - c_s)(A + (-1 + A)n)}{b(1 + m + n)},$$

---

96) 비용함수를 이차함수의 형태, 즉  $c_P = c_p x^2$ 와  $c_S = c_s x^2$ 로 가정하더라도 같은 결론에 도달한다.

$$\begin{aligned}
x_{P,2} &= \frac{a - c_p + (c_p - c_s)(-1 + A + \beta_2)m}{b(1 + m + n)}, \\
x_{S,2} &= \frac{a - c_s - (c_p - c_s)(A + \beta_2 + (-1 + A + \beta_2)n)}{b(1 + m + n)}, \\
x_{P,3} &= \frac{a - c_p + (c_p - c_s)(-1 + A + \beta_1 + \beta_2)m}{b(1 + m + n)}, \\
x_{S,3} &= \frac{a - c_s - (c_p - c_s)(A + \beta_1 + \beta_2 + (-1 + A + \beta_1 + \beta_2)n)}{b(1 + m + n)}.
\end{aligned}$$

(단,  $A = \frac{\alpha}{1-\alpha}$  임)

사회적 기업은 1기보다 2기에  $\frac{\beta_2(c_s - c_p)(1+n)}{b(1+m+n)}$  만큼 더 생산하고 2기보다 3기에  $\frac{\beta_1(c_s - c_p)(1+n)}{b(1+m+n)}$  만큼 더 생산한다. 즉, 사회적 기업은 매년 생산량을 증가시킨다. 반면, 영리기업은 1기보다 2기에  $\frac{\beta_2(c_s - c_p)m}{b(1+n+m)}$  만큼 덜 생산하고, 2기보다 3기에  $\frac{\beta_1(c_s - c_p)m}{b(1+n+m)}$  만큼 덜 생산한다. 사회적 기업들의 총생산 증가량이 영리기업들의 총생산 감소량보다 크기 때문에 시장의 총공급량은 증가하고 소비자후생은 증가한다.<sup>97)</sup>

위의 단순한 수치 예를 통해서 SPC 지원방식은 사회적 기업으로 하여금 매년 더 많은 사회적 성과를 창출할 유인을 제공함을 확인할 수 있다.

#### 4.2.2.2 실증적 접근

사회적 기업들을 구분 짓는 특징적인 요소로 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 태도 (즉 사회적 가치를 이윤보다 중요시 여기는 정도), 사회

---

97) 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가 일정 수준 이상이라면, 사회적 기업의 이윤은 사회적 성과의 크기에 반비례한다.

적 기업가 정신 등을 생각할 수 있다. 따라서 이를 반영하여 SPC사업 참여 여부와 기업의 경제적 성과의 관계를 살펴볼 필요가 있다. SPC DB가 (불균형) 패널형태라는 점을 이용하면, 사회적 기업의 특징적인 요소들을 기업의 고정효과로 가정하고 분석하는 것이 가능하다. SPC사업 선정 여부도 사업에 선정된 후 3년 동안 지원이 유지된다는 점을 고려하면 기업의 고정효과로 볼 여지가 있다. 하지만, SPC사업의 지원방식이 1년차와 2-3년차가 상이함을 반영하여 SPC사업 연차별 효과에 대한 분석을 시도하였다. 분석에 사용한 회귀식은 다음과 같다.

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 SPC1_{it} + \beta_2 SPC2_{it} + \beta_3 SPC3_{it} + \Gamma' X_{it} + s_i + \nu_{it}$$

$y_{it}$ : 기업의 경제적 성과

$SPC1$ : SPC 선정 1년차를 나타내는 더미변수

$SPC2$ : SPC 선정 2년차를 나타내는 더미변수

$SPC3$ : SPC 선정 3년차를 나타내는 더미변수

$X_{it}$ : 통제변수

$s_i$ : 기업 고정효과

<표 7>은 고정효과모형을 이용하여 분석한 결과이다. 사업기간과 총매출액을 통제하지 않는 경우, SPC 선정 1년차 여부는 기업의 경제적 성과 (총매출이익률, 영업이익률, 보정된 당기순이익률) 와 유의한 양의 관계가 있는 것으로 나타났으나 모형의 적합성이 낮게 추정되었다. 사업기간과 총매출액을 통제하는 경우, SPC 선정 연차는 총매출이익률과 영업이익률과 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다. 하지만 보정된 당기순이익률의 경우, SPC 선정 1년차 사회적 기업에 한하여 유의하게 긍정적인 관계를 나타냈다. SPC 선정 2-3년차에는 SPC 선정 1년차에 비하여 더 많은 사회적 성과를 생산할 것이므로, 보정된 당기순이익률과의 유의한 양의 관계가 사라진 것으로 해석할 수 있다.<sup>98)</sup>

98) 당기순이익률에 대해서 고정효과모형으로 분석하면 SPC 선정 연차별 더미는 당기순이익률과 유의한 관계가 없는 것으로 나타난다.

표 7. SPC사업 참여와 경제적 성과의 관계

	총매출이익률		영업이익률		보정된 당기순이익률	
SPC 1년차	5.99 <sup>*</sup> (3.11)	.15 (4.39)	25.34 <sup>**</sup> (12.00)	4.47 (15.88)	12.90 <sup>**</sup> (5.17)	11.92 <sup>*</sup> (7.13)
SPC 2년차	3.71 (3.56)	-4.06 (6.31)	26.26 <sup>*</sup> (13.76)	-1.98 (22.87)	1.62 (5.91)	4.01 (10.28)
SPC 3년차	4.11 (4.76)	-5.55 (7.97)	22.32 (18.40)	-13.09 (28.84)	-.23 (7.91)	2.47 (12.96)
ln(사업기간)		3.85 (14.83)		-25.52 (53.68)		-41.95 <sup>*</sup> (24.18)
ln(총매출액)		16.67 <sup>***</sup> (3.73)		100.89 <sup>***</sup> (13.51)		36.30 <sup>***</sup> (6.07)
Prob > F	0.2850	0.0000	0.0888	0.0000	0.0593	0.0000
$R^2$	0.0028	0.0092	0.0130	0.1588	0.0074	0.0715
sigma_s	38.63	46.87	88.45	108.06	49.37	52.82
sigma_ν	24.55	23.52	94.83	85.13	40.73	38.21
rho	.7122	0.8000	.4652	.6171	.5950	.6565
N	380	380	380	380	379	379

주: ( )은 standard error를 나타냄.

\*, \*\*, \*\*\*는 각각 10%, 5%, 1%에서 통계적으로 유의함을 의미함.

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 연도.

다음으로 SPC사업 참여와 사회적 성과의 관계를 살펴본다. 사회적 성과의 경우, SPC사업 참여 전의 성과는 각 기업이 SPC사업에 참여 신청을 하면서 측정한 자료이다. 측정의 임의성을 피하기 위해, SPC사업 참여 후에 측정된 사회적 성과 자료만을 이용하였다. SPC사업 지원방식이 지원 연차별로 상이한 점을 반영하였고, 다음의 회귀식을 이용하여 추정하였다.

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 SPC2_{it} + \beta_2 SPC3_{it} + \Gamma' X_{it} + s_i + \nu_{it}$$

$y_{it}$ : 기업의 총사회성과

$SPC2$ : SPC 선정 2년차를 나타내는 더미변수

$SPC3$ : SPC 선정 3년차를 나타내는 더미변수

$X_{it}$ : 통제변수

$s_i$ : 기업 고정효과

고정효과모형을 통하여 분석한 결과는 <표 8>과 같다. 통제변수와 무관하게 SPC 선정 연차가 높아질수록 총사회성과는 유의하게 높아지는 것으로 나타났다. 이론 모형을 통해서 살펴본 것처럼 SPC의 지원방식은 SPC에 선정된 사회적 기업으로 하여금 매년 더 많은 사회성과를 만들어 낼 것을 장려하는 구조이다. 분석결과, SPC 선정 연차가 높아질수록 사회적 기업의 총사회성과가 유의하게 높아지는 것으로 나타났다는 점은 SPC의 지원방식이 목적 달성을 위해 타당하게 설계되었다고 판단할 수 있는 근거를 제공한다.

표 8. SPC사업 참여와 총사회성과의 관계

	총사회성과		
SPC 선정 2년차	46.36 <sup>**</sup> (18.36)	81.79 <sup>**</sup> (37.33)	78.76 <sup>**</sup> (37.02)
SPC 선정 3년차	152.06 <sup>***</sup> (24.99)	209.72 <sup>*</sup> (58.76)	205.27 <sup>***</sup> (58.32)
ln(사업기간)		-229.28 (198.77)	-258.08 (198.23)
ln(총매출액)		52.64 (34.53)	42.41 (34.70)
고용성과 더미			55.46 (48.53)
사회서비스성과 더미			2.21 (59.49)
환경성과 더미			247.56 <sup>**</sup> (96.57)
사회생태계성과 더미			40.20 (50.68)
$R^2$	0.0572	0.0186	0.0011
sigma_s	286.27	298.07	320.78
sigma_ν	125.86	127.58	125.41
rho	.8380	0.8451	.8674
N	268	258	258

주: ( )은 standard error를 나타냄.

\*, \*\*, \*\*\*는 각각 10%, 5%, 1%에서 통계적으로 유의함을 의미함.

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 연도.



## 참 고 문 헌

- 강석민. (2014). 정부지원이 사회적 기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구. *사회적기업연구*, 7(2), 3-19.
- 경실련. (2017). 제3회 좋은사회적기업상 및 제26회 좋은기업상 시상식 자료집. 52-57.
- 기획재정부. (2017). 공공기관 경영평가제도 전면 개편 추진(보도자료).
- 김동철, and 김정원. (2016). 사회적 기업 성과분석에 관한 연구. *Korea Business Review*, 20(2), 143-162.
- 김재홍, and 이재기. (2012a). 사회적기업의 경제적, 사회적 성과분석-정부지원금의 효과를 중심으로. *한국행정논집*, 24(4), 1037-1063.
- \_\_\_\_\_. (2012b). 사회적기업에 대한 정부지원금의 고용창출 효과분석. *지방정부연구*, 16(3), 135-163.
- 김정인. (2014). 사회적기업의 특성 및 지원유형에 따른 성과차이 분석. *한국사회복지행정학*, 16(2), 181-212.
- 김희철. (2015). 사회적기업의 성과분석에 관한 연구. *대한경영학회지*, 28, 1797-1812.
- 남영숙. (2011). 기업의 사회적 책임(CSR)의 글로벌 트렌드와 지역별 동향 연구. *외교통상부 연구용역 결과보고서*.
- 변선영, and 남현정. (2016). 기업의 글로벌화와 CSR 활동이 기업 가치에 미치는 효과. *산업경제연구*, 29(2), 753-777.
- 신민식, 김수은, and 김병수. (2011). 기업의 사회적 책임 지출이 기업 가치에 미치는 영향. *금융공학연구*, 10(1), 99-125.
- 심상달, 강민정, 라준영, 양동수, 양용희, and 이원재. (2015). *사회적경제 전망과 가능성*. 에딧더월드.
- 이승규, and 라준영. (2010). 사회적 기업의 사회경제적 가치 측정: 사회투자수익률 (SROI). *기업가정신과 벤처연구 (JSBI)(구 벤처경영연구)*, 13(3), 41-56.
- 이양복, and 최향식. (2016). 지배구조 및 네트워크 다양성이 사회적기업의 성과에 미치는 영향. *경상논총*, 34(3), 57-77.
- 조원기, 주병기, and 홍현우. (2018). 사회적 경제와 지속가능성에 대한 연

- 구, 한국조세재정연구원 재정전문가 네트워크 사업 결과보고서.
- 조희진, and 장용석. (2016). 사회적 기업의 지속가능성과 사회적 기업가 정신. *한국정책학회보*, 25(4), 329-359.
- 장지인, and 최헌섭. (2010). 기업의 사회적 책임(CSR) 과 재무성과와의 관계. *대한경영학회지*, 23(2), 633-648.
- 코트라. (2018). 주요국 CSR 정책트렌드와 기업의 대응전략.
- 한경희, and 이계원. (2013). 기업의 사회적 책임활동에 따른 이익지속성과 기업가치. *기업경영연구 (구 동림경영연구)*, 52(단일호), 251-272.
- 한국사회적기업진흥원. (2018). 2018 사회가치지표활용 매뉴얼.
- 허만형, and 양광석. (2015). 사회적기업의 고용창출 영향요인 분석. *한국행정연구*, 24(3), 121-146.
- 허미옥, and 정기한. (2010). CSR 성과와 기업 가치에 관한 연구. *산업경제연구*, 23(2), 749-771.
- 홍현우, and 주병기. (2016). 사회적기업에 대한 경제학적 고찰: 사회서비스 제공형. *재정학연구*, 9(1), 87-112.
- \_\_\_\_\_. (2017). 일자리제공형 사회적기업과 사회적 성과 지원의 효과. *한국경제의 분석*, 23(3), 55-106.
- 홍효석, and 김예경. (2016). 사회적기업의 사회적, 경제적 성과에 관한 연구. *재무와회계정보저널*, 16(1), 1-29.
- 황정윤, and 장용석. (2017). 사회적 기업 지원의 딜레마-정부보조금, 약인가 독인가. *한국정책학회보*, 26(2), 225-258.
- Alter, K. (2007). Social enterprise typology. *Virtue Ventures LLC*, 12, 1-124.
- Anderson, S. P., De Palma, A., and Thisse, J. F. (1997). Privatization and efficiency in a differentiated industry. *European Economic Review*, 41(9), 1635-1654.
- Arora, S., and Gangopadhyay, S. (1995). Toward a theoretical model of voluntary overcompliance. *Journal of economic behavior and organization*, 28(3), 289-309.
- Bagnoli, M., and Watts, S. G. (2003). Selling to socially responsible consumers: Competition and the private provision of public goods.

- Journal of Economics and Management Strategy*, 12(3), 419-445.
- Bárcena-Ruiz, J. C., and Garzón, M. B. (2003). Mixed Duopoly, Merger, and Multiproduct Firms. *Journal of Economics*, 80, 27-42.
- \_\_\_\_\_. (2006). Mixed oligopoly and environmental policy. *Spanish Economic Review*, 8(2), 139-160.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Barnett, M. L., and Salomon, R. M. (2012). Does it pay to be really good? Addressing the shape of the relationship between social and financial performance. *Strategic Management Journal*, 33(11), 1304-1320.
- Baron, D. P. (2001). Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy. *Journal of Economics and Management Strategy*, 10(1), 7-45.
- \_\_\_\_\_. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Economics and Management Strategy*, 16(3), 683-717.
- \_\_\_\_\_. (2008). Managerial contracting and corporate social responsibility. *Journal of Public Economics*, 92(1), 268-288.
- \_\_\_\_\_. (2009). A positive theory of moral management, social pressure, and corporate social performance. *Journal of Economics and Management Strategy*, 18(1), 7-43.
- Bénabou, R., and Tirole, J. (2010). Individual and corporate social responsibility. *Economica*, 77(305), 1-19.
- Besley, T., and Ghatak, M. (2001). Government versus Private Ownership of Public Goods. *Quarterly Journal of Economics*, 116, 1343-1372.
- \_\_\_\_\_. (2017). Profit with purpose? a theory of social enterprise. *American Economic Journal: Economic Policy*, 9(3), 19-58.
- \_\_\_\_\_. (2018). Prosocial Motivation and Incentives.

- Annual Review of Economics*, 10, 1–31.
- Bidet, E., and Eum, H. S. (2011). Social enterprise in South Korea: History and diversity. *Social Enterprise Journal*, 7(1), 69–85.
- Brammer, S., and Millington, A. (2008). Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance. *Strategic Management Journal*, 29(12), 1325–1343.
- Brown, T. J., and Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *The Journal of Marketing*, 68–84.
- Calveras, A., Ganuza, J. J., and Llobet, G. (2007). Regulation, corporate social responsibility and activism. *Journal of Economics and Management Strategy*, 16(3), 719–740.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497–505.
- Chatterji, A. K., Levine, D. I., and Toffel, M. W. (2009). How well do social ratings actually measure corporate social responsibility?, *Journal of Economics and Management Strategy*, 18(1), 125–169.
- Cho, S., and Lee, S. H. (2017). Subsidization Policy on the Social Enterprise for the Underprivileged. *The Korean Economic Review*, 33(1), 153–178.
- Chu, C. Y. (2015). Warren Buffett versus Muhammad Yunus. *Journal of Institutional and Theoretical Economics JITE*, 171(4), 696–708.
- Cremer, H., Marchand, M., and Thisse, J.-F. (1989). The Public Firm as an Instrument for Regulating an Oligopolistic Market. *Oxford Economic Papers*, 41, 283–301.
- 
- \_\_\_\_\_. (1991). Mixed Oligopoly with Differentiated Products. *International Journal of Industrial Organization*, 9, 43–53.
- Defourny J., Hulgård L., and Pestoff, V. (Eds.). (2014). *Social enterprise and the third sector : changing European landscapes in a comparative perspective*. Routledge.

- Defourny, J., and Nyssens, M. (2017). Fundamentals for an international typology of social enterprise models. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 28(6), 2469–2497.
- De Fraja, G., and Delbono, F. (1989). Alternative strategies of a public enterprise in oligopoly. *Oxford Economic Papers*, 41(2), 302–311.
- \_\_\_\_\_. (1990). Game Theoretic Models of Mixed Oligopoly. *Journal of Economic Surveys*, 4(1), 1–17.
- Donaldson, T., and Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of management Review*, 20(1), 65–91.
- DTI, J. (2002). Social enterprise: A strategy for success. *Social Enterprise Unit*.
- Emerson, J. (2003). The blended value proposition: Integrating social and financial returns. *California management review*, 45(4), 35–51.
- Emerson, J., Wachowicz, J., and Chun, S. (2000). Social return on investment: Exploring aspects of value creation in the nonprofit sector. *The Box Set: Social Purpose Enterprises and Venture Philanthropy in the New Millennium*, 2, 130–173.
- Fjell, K., and Pal, D. (1996). A mixed oligopoly in the presence of foreign private firms. *Canadian Journal of economics*, 737–743.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic planning: A stakeholder approach. *Pitman, Boston*.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *NewYork Times*, September 13.
- Fujiwara, K. (2007). Partial privatization in a differentiated mixed oligopoly. *Journal of Economics*, 92(1), 51–65.
- Gal-Or, E. (1985). First mover and second mover advantages. *International Economic Review*, 649–653.
- Ghosh, A., and Mitra, M. (2010). Comparing Bertrand and Cournot in mixed markets. *Economics Letters*, 109(2), 72–74.

- 
- \_\_\_\_\_. (2014). Reversal of Bertrand–Cournot Rankings in the Presence of Welfare Concerns. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 170, 496–519.
- Gil-Moltó, M. J., Poyago-Theotoky, J., and Zikos, V. (2011). R&D subsidies, spillovers, and privatization in mixed markets, *Southern Economic Journal*, 78(1), 233–255.
- Giuliano, R., Mahy, B., Rycx, F., and Vermeylen, G. (2017). Does corporate social responsibility make over-educated workers more productive?. *Applied Economics*, 49(6), 587–605.
- Grossman, S., and Hart, O. (1986), The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration, *Journal of Political Economy*, 94, 691–719.
- Hagen, K. P. (1979). Optimal Pricing in Public Firms in an Imperfect Market Economy. *Scandinavian Journal of Economics*, 81, 475–493.
- Haraguchi, J., and Matsumura, T. (2016). Cournot–Bertrand Comparison in a Mixed Oligopoly. *Journal of Economics*, 117, 117–136.
- Haraguchi, J., and Matsumura, T. (2018). Government-leading welfare-improving collusion. *International Review of Economics and Finance*, 56, 363–370.
- Hart, O., and Moore, J. (1990). Property Rights and the Nature of the Firm. *Journal of Political Economy*, 98, 1119–1158.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of management review*, 20(4), 986–1014.
- Hillman, A. J., and Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what’s the bottom line?. *Strategic management journal*, 125–139.
- Hirose, K., Lee, S. H., and Matsumura, T. (2017). Environmental corporate social responsibility: A note on the first-mover advantage under price competition. *Economics Bulletin*, 37(1), 214–221.

- Ino, H., and Matsumura, T. (2010). What Role Should Public Enterprises Play in Free-entry Markets?. *Journal of Economics*, 101, 213-230.
- Ishibashi, I., and Matsumura, T. (2006). R&D competition between public and private sectors. *European Economic Review*, 50(6), 1347-1366.
- Jensen, M. C. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business ethics quarterly*, 235-256.
- Jones, T. M. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of management review*, 20(2), 404-437.
- Kaneda, M., and Matsui, A. (2003). Do profit maximizers maximize profit? Divergence of objective and result in oligopoly. *Unpublished manuscript*.
- Kato, K., and Tomaru, Y. (2007). Mixed oligopoly, privatization, subsidization, and the order of firms' moves: Several types of objectives. *Economics Letters*, 96(2), 287-292.
- Kitzmueller, M., and Shimshack, J. (2012). Economic perspectives on corporate social responsibility. *Journal of Economic Literature*, 50(1), 51-84.
- Kotchen, M. J. (2006). Green markets and private provision of public goods. *Journal of Political Economy*, 114(4), 816-83.
- Lins, K. V., Servaes, H., and Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *The Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824.
- Margolis, J. D., Elfenbein, H. A., and Walsh, J. P. (2009). Does it pay to be good... and does it matter? A meta-analysis of the relationship between corporate social and financial performance.
- Matsumura, T. (1998). Partial privatization in mixed duopoly. *Journal of Public Economics*, 70(3), 473-483.
- \_\_\_\_\_. (2003). Stackelberg mixed duopoly with a foreign

- competitor. *Bulletin of Economic Research*, 55(3), 275–287.
- Matsumura, T., and Kanda, O. (2005). Mixed oligopoly at free entry markets. *Journal of Economics*, 84(1), 27–48.
- Matsumura, T., and Matsushima, N. (2004). Endogenous cost differentials between public and private enterprises: a mixed duopoly approach. *Economica*, 71(284), 671–688.
- Matsumura, T., and Shimizu, D. (2010). Privatization waves. *The Manchester School*, 78(6), 609–625.
- Matsumura, T., and Tomaru, Y. (2013). Mixed duopoly, privatization, and subsidization with excess burden of taxation. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique*, 46(2), 526–554.
- Matsumura, T., and Ogawa, A. (2016). Corporate social responsibility and endogenous competition structure. *Economics Bulletin*, 36(4), 2117–2127.
- McWilliams, A., and Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, 26(1), 117–127.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., and Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of management studies*, 43(1), 1–18.
- Merrill, W. C., and Schneider, N. (1966). Government Firms in Oligopoly Industries: A Short-Run Analysis. *The Quarterly Journal of Economics*, 80, No. 3, 400–412
- Mujumdar, S., and Pal, D. (1998). Effects of Indirect Taxation in a Mixed Oligopoly. *Economics Letters*, 58, 199–204.
- Mulgan, G. (2010). Measuring social value. *Stanford Soc Innov Rev*, 8(3), 38–43.
- Nett, L. (1994). Why private firms are more innovative than public firms. *European Journal of Political Economy*, 10(4), 639–653.
- Nishimori, A., and Ogawa, H. (2002). Public monopoly, mixed oligopoly



- and productive efficiency. *Australian Economic Papers*, 41(2), 185-190.
- OECD. (2006). The social enterprise sector: A conceptual framework.
- Okuguchi, K. (1987). Equilibrium Prices in the Bertrand and Cournot Oligopolies. *Journal of Economic Theory*, 42, 128 - 139.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., and Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization studies*, 24(3), 403-441.
- Palakshappa, N., and Grant, S. (2018). Social enterprise and corporate social responsibility: Toward a deeper understanding of the links and overlaps. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 24(3), 606-625.
- Park, C., Lee, J., and Wilding, M. (2017). Distorted policy transfer? South Korea's adaptation of UK social enterprise policy. *Policy Studies*, 38(1), 39-58.
- Ridley-Duff, R., and Bull, M. (2015). *Understanding social enterprise: Theory and practice*. Sage.
- Sen, S., and Bhattacharya, C. B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of marketing Research*, 38(2), 225-243.
- Siegel, D. S., and Vitaliano, D. F. (2007). An empirical analysis of the strategic use of corporate social responsibility. *Journal of Economics and Management Strategy*, 16(3), 773-792.
- Singh, N., and Vives, X. (1984). Price and Quantity Competition in a Differentiated duopoly. *The RAND Journal of Economics*, 15, 546 - 554.
- Stanwick, P. A., and Stanwick, S. D. (1998). The relationship between corporate social performance, and organizational size, financial performance, and environmental performance: An empirical examination. *Journal of business ethics*, 17(2), 195-204.
- Swanson, D. L. (1995). Addressing a theoretical problem by reorienting

- the corporate social performance model. *Academy of management review*, 20(1), 43–64.
- SZYMAŃSKA, A., and Jegers, M. (2016). Modelling social enterprises. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 87(4), 501–527.
- Vives, X. (1985). On the Efficiency of Bertrand and Cournot Equilibria with Product Differentiation. *Journal of Economic Theory*, 36, 166 – 175.
- Waddock, S. A., and Graves, S. B. (1997). The corporate social performance–financial performance link. *Strategic management journal*, 303–319.
- Wang, L. F., and Chen, T. L. (2010). Do cost efficiency gap and foreign competitors matter concerning optimal privatization policy at the free entry market?. *Journal of Economics*, 100(1), 33–49.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource based view of the firm, *Strategic management journal*, 5(2), 171–180.
- White, M. D. (1996). Mixed oligopoly, privatization and subsidization. *Economics letters*, 53(2), 189–195.
- Windsor, D. (2006). Corporate social responsibility: Three key approaches. *Journal of management studies*, 43(1), 93–114.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, 16(4), 691–718.
- Zivin, J. G., and Small, A. (2005). A Modigliani–Miller theory of altruistic corporate social responsibility. *The BE Journal of Economic Analysis and Policy*, 5(1).

## 부 록

### 정리 1의 증명

취약계층 임금  $w_d$ 와 일반노동자 임금  $w$ 가 주어져 있을 때, 임의의 생산량  $x$ 와 자본  $K$ 에서 취약계층만을 고용하는 사회적 기업과 일반노동자를 고용하는 영리기업의 가변비용  $c_S(x, K)$ 와  $c_P(x, K)$ 를 조건부노동수요함수  $g(x, K)$ 를 활용하여 나타내면 아래와 같다.

$$c_S = w_d L_d(x, K) = w_d \frac{g(x, K)}{\lambda}, \quad c_P = w L_r(x, K) = w g(x, K).$$

이를 활용하면

$$\begin{aligned} (1+\gamma)[c_S(x_S) - c_P(x_S)] &= (1+\gamma) \left[ w_d \frac{g(x_S, \bar{K}_S)}{\lambda} - w g(x_S, \bar{K}_S) \right] \\ &= (1+\gamma)(w_d - \lambda w) \frac{g(x_S, \bar{K}_S)}{\lambda} \text{ 이다.} \end{aligned} \quad \square$$

### 정리 3의 증명

$x_S$ 가 주어졌다면, 성과극대화문제는 다음의 극소화문제를 푸는 것과 동일하다.

$$\begin{aligned} \min_{\{L_r, L_d, w_d\}} & (1-\alpha)(w L_r + w_d L_d) - \alpha(1+\gamma)(w_d - \lambda w) L_d \quad \text{s.t.} \quad L_r + \lambda L_d = g(x_S) \\ & (1-\alpha)(w L_r + w_d L_d) - \alpha(1+\gamma)(w_d - \lambda w) L_d \\ & = (1-\alpha)(w(g(x_S) - \lambda L_d) + w_d L_d) - \alpha(1+\gamma)(w_d - \lambda w) L_d \\ & = (1-\alpha)w g(x_S) - [(1-\alpha)(\lambda w - w_d) + \alpha(1+\gamma)(w_d - \lambda w)] L_d \\ & = (1-\alpha)w g(x_S) - (w_d - \lambda w)[(2+\gamma)\alpha - 1] L_d. \\ \alpha \geq \frac{1}{2+\gamma} \text{ 이면 } & w_d = \bar{w}, \quad L_r = 0, \quad L_d = \frac{g(x_S)}{\lambda} \text{ 이다.} \end{aligned} \quad \square$$

#### 정리 4의 증명

$(n+m)$ 개의 영리기업이 존재하는 경우, 균형에서 기업의 생산량과 사회 후생을 각각  $x_E$ ,  $SW_E$ 라고 하면  $p'x_E + p - c_P'(x_E) = 0$ ,

$$SW_E = \int_0^{(n+m)x_E} p(x)dx - (n+m)C_P(x_E) \text{이다.}$$

$n$ 개의 영리기업과  $m$ 개의 사회적 기업이 있는 경우, 영리기업  $i$ 와 사회적 기업  $j$ 의 성과극대화 일계조건과 이계조건은 식 (3)-(6)과 같다.

$$p'x_{P,i} + p - c_P'(x_{P,i}) = 0 \quad (3)$$

$$p''x_{P,i} + 2p' - c_P''(x_{P,i}) < 0 \quad (4)$$

$$(1-\alpha)[p'x_{S,j} + p - c_S'(x_{S,j})] + \alpha(1+\gamma)[c_S'(x_{S,j}) - c_P'(x_{S,j})] = 0 \quad (5)$$

$$(1-\alpha)[p''x_{S,j} + 2p' - c_S''(x_{S,j})] + \alpha(1+\gamma)[c_S''(x_{S,j}) - c_P''(x_{S,j})] < 0 \quad (6)$$

동질성 가정으로부터 균형에서는 다음이 성립한다.

$$x_{P,1} = x_{P,2} = \dots = x_{P,n} = x_P.$$

$$x_{S,1} = x_{S,2} = \dots = x_{S,m} = x_S.$$

$$\begin{aligned} SW_{P,S(\alpha)} &= \int_0^{nx_P + mx_S} p(x)dx - nC_P(x_P) - mC_S(x_S) + mSV(x_S) \\ &= \int_0^{nx_P + mx_S} p(x)dx - nc_P(x_P) - m(1+\gamma)c_P(x_S) + m\gamma c_S(x_S) - (nF_P + mF_S). \end{aligned}$$

$X = nx_P + mx_S$ 를 식 (3), (5)에 대입한 후, 전미분해서 정리하면 식 (7), (8)을 얻는다.

$$[np''x_P + (n+1)p' - c_P''(x_P)]dx_P + [m(p''x_P + p')]dx_S = 0 \quad (7)$$

$$\begin{aligned} &[n(p''x_S + p')]dx_P + \left[ mp''x_S + (m+1)p' - c_S''(x_S) + \frac{\alpha(1+\gamma)}{1-\alpha}(c_S''(x_S) - c_P''(x_S)) \right]dx_S \\ &+ \frac{1+\gamma}{(1-\alpha)^2}[c_S'(x_S) - c_P'(x_S)]d\alpha = 0 \end{aligned} \quad (8)$$

$$A = np''x_P + (n+1)p' - c_P''(x_P), \quad B = m(p''x_P + p'), \quad D = n(p''x_S + p'),$$

$$E = mp''x_S + (m+1)p' - c_S''(x_S) + \frac{\alpha(1+\gamma)}{1-\alpha}[c_S''(x_S) - c_P''(x_S)] \text{라고 하자.}$$

식 (1), (4), (6)으로부터  $A = n(p''x_P + p') + p' - c_P''(x_P) < 0$ ,  $B < 0$ ,  $D < 0$ ,

$$E = (m-1)(p''x_S + p') + p''x_S + 2p' - c_S''(x_S) + \frac{\alpha(1+\gamma)}{1-\alpha} [c_S''(x_S) - c_P''(x_S)] < 0$$

이다.

식 (7), (8)을 연립하면 식 (9), (10)을 얻는다.

$$\frac{dx_P}{d\alpha} = -\frac{B}{BD-AE} \frac{SV'(x_S)}{(1-\alpha)^2} \quad (9)$$

$$\frac{dx_S}{d\alpha} = \frac{A}{BD-AE} \frac{SV'(x_S)}{(1-\alpha)^2} \quad (10)$$

$\alpha = \alpha_1 = 1/(2+\gamma)$ 를 대입하면,  $x_E = x_P = x_S$ 가 성립한다.

$$BD|_{\alpha=\alpha_1} = mn(p''x_E + p')(p''x_E + p'),$$

$$AE|_{\alpha=\alpha_1} = [n(p''x_E + p') + p' - c_P''(x_E)] [m(p''x_E + p') + p' - c_S''(x_E)] \text{ 이므로}$$

$$BD-AE|_{\alpha=\alpha_1} < 0 \text{ 이다. 따라서 } \frac{dx_P}{d\alpha}|_{\alpha=\alpha_1} < 0 \text{ 이고 } \frac{dx_S}{d\alpha}|_{\alpha=\alpha_1} > 0 \text{ 이다.}$$

$$SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_E = m\gamma[c_S(x_E) - c_P(x_E)] - m(F_S - F_P) \text{ 이다.}$$

(i) 고정비용의 차이가 존재하지 않는 경우( $F_P = F_S$ ).

$$SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_E = m\gamma[c_S(x_E) - c_P(x_E)] \text{ 이다.} \quad \gamma > 0 \text{ 인 경우,}$$

$SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_E > 0$  이므로 사회후생이 개선된 것으로 판단할 수 있다.

신용제약이 존재하지 않고 2차 사회적 가치가 창출되지 않는 즉,  $\gamma = 0$ 인 경우  $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_E = 0$  이다.

$$\begin{aligned} & \frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_E)}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} \\ &= \frac{d(nx_P + mx_S)}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} p - n \frac{dx_P}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} c_P'(x_P) - m(1+\gamma) \frac{dx_S}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} c_P'(x_S) + m\gamma \frac{dx_S}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} c_S'(x_S) \\ &= n \frac{dx_P}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} [p - c_P'(x_P)] + m \frac{dx_S}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} [p - c_P'(x_S) + \gamma(c_S'(x_S) - c_P'(x_S))] \\ &= n \frac{dx_P}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} [p - c_P'(x_E)] + m \frac{dx_S}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} [p - c_P'(x_E) + \gamma(c_S'(x_E) - c_P'(x_E))] \end{aligned}$$

$$= \left( n \frac{dx_P}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} + m \frac{dx_S}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} \right) [p - c_P'(x_E)] + m \frac{dx_S}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} \gamma [(c_S'(x_E) - c_P'(x_E))] \text{ 이 }$$

다. 식 (9), (10)으로부터

$$n \frac{dx_P}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} = - \frac{nB}{BD-AE} \frac{SV'(x_E)}{(1-\alpha)^2} = - \frac{mn(p''x_E + p')}{BD-AE} \frac{SV'(x_E)}{(1-\alpha)^2} < 0,$$

$$m \frac{dx_S}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} = \frac{mA}{BD-AE} \frac{SV'(x_E)}{(1-\alpha)^2} = \frac{mn(p''x_E + p') + m(p' - c_P''(x_E))}{BD-AE} \frac{SV'(x_E)}{(1-\alpha)^2} > 0.$$

$$|mn(p''x_E + p')| < |mn(p''x_E + p') + m(p' - c_P''(x_E))| \text{ 이므로}$$

$$n \frac{dx_P}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} + m \frac{dx_S}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} > 0 \text{ 이다. } p - c_P'(x_E) = -p'x_E > 0 \text{ 이고 비용 함수에}$$

$$\text{대한 가정으로부터 } c_S'(x_E) > c_P'(x_E) \text{ 이므로 } \frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_E)}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} > 0 \text{ 이}$$

다. 즉,  $\alpha_1 = \frac{1}{2+\gamma}$ 에서  $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_E$ 의 일계도함수의 값은 양이다. 따

라서 사회적 기업이 존재하는 경우의 사회후생을 영리기업만 존재하는 경우의 사회후생보다 크게 만드는 사회적 가치에 대한 가중치가 반드시 존재하고 그 값은  $\frac{1}{2+\gamma}$ 보다 크다.

(ii) 고정비용의 차이가 존재하는 경우( $F_P < F_S$ ).

$SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_E = \gamma[c_S(x_E) - c_P(x_E)] - m(F_S - F_P)$ 이다. 고정비용의 차이와 비교하여  $\gamma$ 의 값이 충분히 크다면, 사회적 기업이 존재하는 경우가 영리기업만 존재하는 경우보다 사회후생측면에서 바람직한  $\alpha$ 가 존재한다. 하지만,  $\gamma$ 의 값이 충분히 크지 못하면,  $\alpha_1 = \frac{1}{2+\gamma}$ 에서  $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_E$ 의 도함수 값이 양일지라도 사회적 기업이 존재하는 경우보다 영리기업만 존재하는 경우의 사회후생이 큰 경우가 있을 수 있다. 아래 그림은 신용제약 및 2차 사회적 가치가 존재하지 않을 때, 고정비용의 차이가 존재하는 경우와 그렇지 않은 경우를 보여준다.  $\square$

### 정리 5의 증명

영리기업의 성과극대화 조건은 식 (11)이고 사회적 기업의 성과극대화 조건은 식 (12)와 (13)이다.

$$p_H'(X_H)x_{HP,i} + p_H(X_H) - C'(x_{HP,i}) = 0 \quad (11)$$

$$p_H'(X_H)x_{HS,j} + p_H(X_H) - C'(x_{HS,j} + x_{LS,j}) = 0 \quad (12)$$

$$[-C'(x_{HS,j} + x_{LS,j})] + \frac{\alpha}{1-\alpha}SV'(X_L) = 0 \quad (13)$$

동질성 가정으로부터, 균형에서는 다음이 성립한다.

$$x_{HP,1} = x_{HP,2} = \dots = x_{HP,n} = x_{HP}.$$

$$x_{HS,1} = x_{HS,2} = \dots = x_{HS,m} = x_{HS}.$$

$$x_{LS,1} = x_{LS,2} = \dots = x_{LS,m} = x_{LS}.$$

$X_H = nx_{HP} + mx_{HS}$ ,  $X_L = mx_{LS}$ 를 식 (11)-(13)에 대입하고 전미분해서 정리하면, 식 (14)-(16)을 얻는다.

$$[np_H''x_{HP} + (n+1)p_H' - C''(x_{HP})]dx_{HP} + (mp_H''x_{HP} + mp_H')dx_{HS} = 0 \quad (14)$$

$$C''(x_{HS} + x_{LS})dx_{LS}$$

$$= (np_H''x_{HS} + np_H')dx_{HP} + [mp_H''x_{HS} + (m+1)p_H' - C''(x_{HS} + x_{LS})]dx_{HS} \quad (15)$$

$$\frac{1}{(1-\alpha)^2}SV'(mx_{LS})d\alpha = C''(x_{HS} + x_{LS})dx_{HS}$$

$$+ \left[ C''(x_{HS} + x_{LS}) - \frac{\alpha}{1-\alpha}mSV''(mx_{LS}) \right] dx_{LS} \quad (16)$$

$$F = np_H''x_{HP} + (n+1)p_H' - C''(x_{HP}), \quad G = m(p_H''x_{HP} + p_H'),$$

$$H = n(p_H''x_{HS} + p_H'), \quad I = mp_H''x_{HS} + (m+1)p_H' - C''(x_{HS} + x_{LS}),$$

$$J = C''(x_{HS} + x_{LS}) - \frac{\alpha}{1-\alpha}mSV''(x_{LS}) \text{이라고 하자.}$$

$F = np_H''x_{HP} + (n+1)p_H' - C''(x_{HP}) = (n-1)(p_H''x_{HP} + p_H') + (p_H''x_{HP} + 2p_H' - C'')$ 와 영리기업의 성과극대화 이계조건 및 식 (2)로부터  $F < 0$ ,  $G < 0$ 이고  $H < 0$ 이다. 사회적 기업의 성과극대화 이계조건 및 식 (2)로부터  $I < 0$ 이다.  $SV''(mx_{LS}) = (1+\gamma)p_H'(mx_{LS}) < 0$ 이므로  $J > 0$ 이다.

식 (14)-(16)를 연립하여 정리하면 식 (17)-(19)를 얻는다.

$$\frac{dx_{HP}}{d\alpha} = \frac{1}{(1-\alpha)^2} \frac{SV'(mx_{LS})C''(x_{HS}+x_{LS})G}{J(GH-FI) - [C''(x_{HS}+x_{LS})]^2 F} \quad (17)$$

$$\frac{dx_{HS}}{d\alpha} = \frac{dx_{HS}}{dx_{HP}} \frac{dx_{HP}}{d\alpha} = -\frac{F}{G} \frac{dx_{HP}}{d\alpha} \quad (18)$$

$$\frac{dx_{LS}}{d\alpha} = \frac{dx_{LS}}{dx_{HP}} \frac{dx_{HP}}{d\alpha} = \frac{GH-FI}{C''(x_{HS}+x_{LS})G} \frac{dx_{HP}}{d\alpha} \quad (19)$$

$|GH| < |FI|$ 가 성립하므로  $GH-FI < 0$ ,  $|J| > |C''(x_{HS}+x_{LS})|$ 이고,  
 $|GH-FI| > |C''(x_{HS}+x_{LS})F|$ 이므로  $J(GH-FI) - [C''(x_{HS}+x_{LS})]^2 F < 0$ 이  
 성립한다. 따라서  $\frac{dx_{HP}}{d\alpha} > 0$ ,  $\frac{dx_{HS}}{d\alpha} < 0$ ,  $\frac{dx_{LS}}{d\alpha} > 0$ 이다.

$$\begin{aligned} \frac{dX_H}{d\alpha} &= \frac{d(nx_{HP}+mx_{HS})}{d\alpha} = n\frac{dx_{HP}}{d\alpha} + m\frac{dx_{HS}}{d\alpha} = n\frac{dx_{HP}}{d\alpha} - m\frac{F}{G}\frac{dx_{HP}}{d\alpha} \\ &= \frac{dx_{HP}}{d\alpha} \left( n - \frac{np_H''x_{HP} + (n+1)p_H' - C''(x_{HP})}{p_H''x_{HP} + p_H'} \right) = \frac{dx_{HP}}{d\alpha} \left( -\frac{p_H' - C''(x_{HP})}{p_H''x_{HP} + p_H'} \right) < 0. \end{aligned}$$

□

## 정리 6의 증명

$(n+m)$ 개의 영리기업만 존재하는 과점시장의 경우, 균형에서의 영리기업  
 이 일반소비자에게 공급하는 사회서비스의 양, 사회후생을 각각  $x_P$ ,  
 $SW_P$ 라고 하면 다음의 식이 성립한다.

$$p_H'((n+m)x_P)x_P + p_H((n+m)x_P) - C'(x_P) = 0.$$

$$SW_P = \int_0^{(n+m)x_P} p_H(x)dx - (n+m)C(x_P).$$

$n$ 개의 영리기업과  $m$ 개의 사회적 기업이 공존하는 과점시장의 경우, 균  
 형에서 영리기업이 일반소비자에게 공급하는 사회서비스의 양, 사회적  
 기업이 일반소비자와 취약계층에 소비자에게 공급하는 사회서비스의 양,  
 사회후생을 각각  $x_{HP}$ ,  $x_{HS}$ ,  $x_{LS}$ ,  $SW_{P,S(\alpha)}$ 라고 하면 다음의 식이 성립한  
 다.



$$p_H'(nx_{HP} + mx_{HS})x_{HP} + p_H(nx_{HP} + mx_{HS}) - C'(x_{HP}) = 0.$$

$$p_H'(nx_{HP} + mx_{HS})x_{HS} + p_H(nx_{HP} + mx_{HS}) - C'(x_{HS} + x_{LS}) = 0.$$

$$\frac{\alpha(1+\gamma)}{1-\alpha} p_H(mx_{LS}) = C'(x_{HS} + x_{LS}).$$

$$SW_{P,S(\alpha)} = \int_0^{nx_{HP} + mx_{HS}} p_H(x) dx \\ + (1+\gamma) \int_0^{mx_{LS}} p_H(x) dx - nC(x_{HP}) - mC(x_{HS} + x_{LS}).$$

$$\alpha = \alpha_1 = \frac{C'(x_P)}{(1+\gamma)p_H(0) + C'(x_P)} \circlearrowleft \text{면, } x_P = x_{HP} = x_{HS} \circlearrowleft \text{고 } x_{LS} = 0 \circlearrowleft \text{므로}$$

$$SW_P = SW_{P,S(\alpha_1)} \circlearrowleft \text{다.}$$

$$\begin{aligned} & \frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_P)}{d\alpha} \Big|_{\alpha = \alpha_1} \\ &= \frac{d}{d\alpha} \int_0^{nx_{HP} + mx_{HS}} p_H(x) dx + (1+\gamma) \frac{d}{d\alpha} \int_0^{mx_{LS}} p_H(x) dx - n \frac{dC(x_{HP})}{d\alpha} - m \frac{dC(x_{HS} + x_{LS})}{d\alpha} \\ &= n \frac{dx_{HP}}{d\alpha} [p_H(nx_{HP} + mx_{HS}) - C'(x_{HP})] + m \frac{dx_{HS}}{d\alpha} [p_H(nx_{HP} + mx_{HS}) - C'(x_{HS} + x_{LS})] \\ & \quad + m \frac{dx_{LS}}{d\alpha} [(1+\gamma)p_H(mx_{LS}) - C'(x_{HS} + x_{LS})] \\ &= n \frac{dx_{HP}}{d\alpha} [p_H(nx_P + mx_P) - C'(x_P)] + m \frac{dx_{HS}}{d\alpha} [p_H(nx_P + mx_P) - C'(x_P)] \\ & \quad + m \frac{dx_{LS}}{d\alpha} [(1+\gamma)p_H(0) - C'(x_P)] \\ &= \left( \frac{dx_{HP}}{d\alpha} \right) \left( n - m \frac{F}{G} \right) [p_H(nx_P + mx_P) - C'(x_P)] \\ & \quad + \left( \frac{dx_{HP}}{d\alpha} \right) m \frac{GH - FI}{C''(x_P)G} [(1+\gamma)p_H(0) - C'(x_P)]. \\ & n - m \frac{F}{G} = - \frac{p_H' - C''(x_P)}{p_H''x_P + p_H'} = - \frac{C''(x_P)(p_H' - C''(x_P))}{C''(x_P)(p_H''x_P + p_H')} < 0 \circlearrowleft \text{고,} \\ & m \frac{GH - FI}{C''(x_P)G} = \frac{GH - FI}{C''(x_P)(p_H''x_P + p_H')} \end{aligned}$$

$$= - \frac{[p_H' - C''(x_P)] [p_H' - C''(x_P) + (n+m)(p_H''x_P + p_H')]}{C''(x_P)(p_H''x_P + p_H')} > 0 \text{이다.}$$

$$|p_H' - C''(x_P)| > |C''(x_P)| \text{이고,}$$

$$|p_H' - C''(x_P) + (n+m)(p_H''x_P + p_H')| > |p_H' - C''(x_P)| \text{이므로}$$

$$\left| n - m \frac{F}{G} \right| < \left| m \frac{GH - FI}{C''(x_P)G} \right| \text{가 성립하고,}$$

$$(1+\gamma)p_H(0) - C'(x_P) > p_H((n+m)x_P) - C'(x_P) > 0 \text{이므로}$$

$$\frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_D)}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_1} > 0 \text{이다. 즉, 사회적 가치에 대한 가중치가}$$

$$\frac{C'(x_P)}{(1+\gamma)p_H(0) + C'(x_P)} \text{보다 큰 범위에서 사회후생이 증가하는 경우가 반}$$

드시 존재한다.  $\square$

#### 정리 7의 증명

사회적 성과 지원금을 제공한 후의 사회적 기업  $j$ 의 성과극대화 일계조건은 식 (20)과 같다.

$$(1-\alpha)[p'x_{S,j} + p - c_S'(x_{S,j})] + [(1-\alpha)\beta + \alpha](1+\gamma)[c_S'(x_{S,j}) - c_P'(x_{S,j})] = 0 \quad (20)$$

식 (5)에  $\alpha^*$ 를 대입한 것과 식 (20)이 같아지도록 만드는  $\beta$ 가 사회후생을 극대화시키는  $\beta^*$ 이다.  $\frac{(1-\alpha)\beta^* + \alpha}{1-\alpha} = \frac{\alpha^*}{1-\alpha^*}$ 에서  $\beta^* = \frac{\alpha^*}{1-\alpha^*} - \frac{\alpha}{1-\alpha}$ 가 된다.  $\square$

#### 예시 1의 증명

사회적 기업에게만  $\beta = 1/(1+\gamma)$ 비율의 지원금이 제공되는 경우 사회후생은  $\alpha^*$ 의 가중치를 가진 사회적 기업이 존재하는 경우와 동일하다. 이를  $SW^*$ 라 하자. 만약 영리기업에게도 동일한 지원금이 제공된다면 영리기업은 동일한 산출량을 생산하기 위하여 취약계층 노동자만을 고용할

수 있고 이들에게 최대의 임금  $\bar{w}$ 을 제공하여  $\Delta L_d(\bar{w} - \lambda w)$ 의 추가적인 사회적 가치를 발생시킨다(여기서  $\Delta L_d$ 는 영리기업이 추가적으로 고용한 취약계층 노동). 이 경우 사회후생은  $SW^* + \Delta L_d(\bar{w} - \lambda w)$ 가 되어 사회적 기업에만 지원금이 제공되는 경우보다 더 높아진다. 만약  $\beta$ 값이  $1/(1+\gamma)$ 보다 조금만 커진다면 영리기업은 항상 취약계층만 고용하고 이들에게 최대의 임금  $\bar{w}$ 를 지급하게 되어, 사회후생은  $SW^* + \Delta L_d(\bar{w} - \lambda w)$ 에 근사한 값이 된다. 따라서 사회적 기업에게만 지원금이 제공되는 경우의 최대사회후생  $SW^*$ 보다 더 높은 사회후생이 얻어지는 것을 알 수 있다. □

## Abstract

# An Economic Analysis of Social Value and Enterprises

Hyunwoo Hong

Economics

The Graduate School

Seoul National University

Social values that arise from enterprises' activities are similar to positive externalities. However, social values and positive externalities are different in the sense that the former is explicitly taken into consideration when enterprises make a decision, while the latter is not. Enterprises generating social values take various forms such as public firms, private enterprises doing corporate social responsibility, and social enterprises. This paper deals with various aspects of social values and enterprises; the types of social values produced by enterprises, the way to perceive and measure social values, the decision-making process of enterprises considering social values, the relationship between social values and social welfare, and the sustainability of enterprises.

In Chapter 1, we examine previous literature on public firms, corporate social responsibility, and social enterprises. Public firms

produce social value in the process of maximizing social welfare, while private enterprises produce social value in the process of maximizing their profit. Social enterprises pursue both profit and social value. Since each of these enterprises has different characteristics, studies on them have been done in different directions. However, each of these studies needs to be discussed altogether on a large topic of social value. We provide the economic meaning of various enterprises in terms of social values and social welfare. Based on them, future research directions are suggested.

In Chapter 2, we examine the methods of how to measure social values that enterprises produce. In particular, we deal with the case where social values are produced by providing social services for a low-income group or employing workers in the low-wage employment status. We show that the income level and the credit constraint of the target group must be taken into consideration to prevent social values from being under-estimated.

In Chapter 3, we propose an economic model of social enterprises to examine their effect on social welfare. We assume that social enterprises maximize the weighted average of profit and social value. Social values are measured according to the type of social enterprises, using the methods discussed in Chapter 2. We compare two Cournot equilibria; the one is where there are only for-profit enterprises in the market and the other is where there are both for-profit and social enterprises in the market when the number of enterprises is given. If the social welfare of the latter is larger than that of the former, we can say that social enterprises can contribute to improving social welfare. We show that social enterprises with a proper weight on social value can improve social welfare. If social enterprises have an improper weight, social welfare can be lowered.

In that case, social achievement subsidy can be used as an incentive for social enterprises to behave as if they have a proper weight on social value. We also show that employment model social enterprises can make a non-negative profit and improve social welfare at the same time by using a linear demand function and quadratic cost functions.

In Chapter 4, we analyze the relationship between financial support for social enterprises and the economic and social performances of social enterprises by using a fixed effect model. We use two data sets; the one is the voluntary management disclosure data of social enterprises in Korea, and the other is the Social Progress Credit Data provided by Center for Social Entrepreneurship Studies. In the case of the voluntary management disclosure data of employment model social enterprises, the subsidies for personnel expenses and social insurance fees have a positive relationship with net profit, while only the subsidy for social insurance fees has a positive relationship with social performance. In the case of Social Progress Credit data, social progress credit is not significantly related to the sustainability of social enterprises in the long run. However, there is a positive relationship between social progress credit and social value.

**keywords** : Social value, Social welfare, Social enterprise, Public firm, Corporate social responsibility, Sustainability, Social achievement subsidy

***Student Number*** : 2015-30954